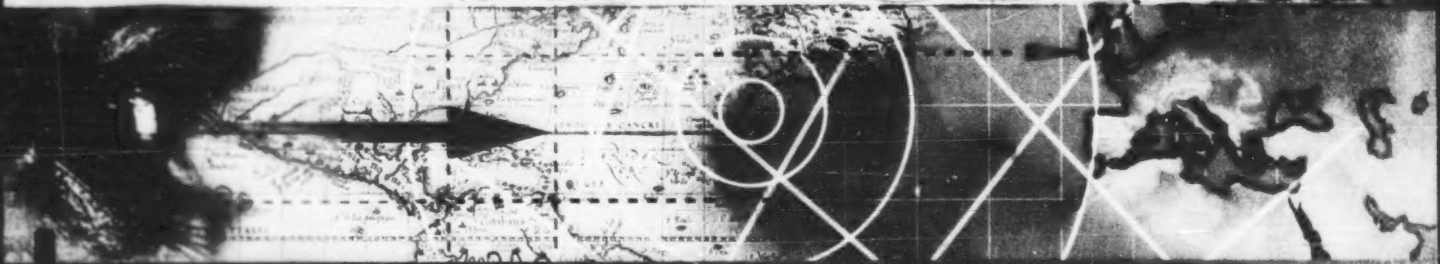
Agriculture and Agri-Food Canada · Agriculture et Agroalimentaire Canada



Agri-Food Trade Service
Service d'exportation agroalimentaire

Team Canada Inc • Équipe Canada inc

Canada

101-04203/

Agriculture and Agri-Food Canada / Agriculture et Agroalimentaire Canada

Canada

LE MARCHÉ AGROALIMENTAIRE EN RÉPUBLIQUE TCHÈQUE, EN RÉPUBLIQUE SLOVAQUE, EN HONGRIE ET EN SLOVÉNIE

SEPTEMBRE 2000

(Also available in English under the title, The Agri-Food Market in the Czech Republic, the Slovak Republic, Hungary and Slovenia)

Préparé par
le Centre des études de marché
et
le Service canadien des délégués commerciaux

© Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international
(FaxLink n° 34132)

Le Centre des études de marché produit une vaste gamme de rapports par région et par secteur à l'intention des exportateurs canadiens. Pour de plus amples renseignements, veuillez communiquer avec :

Direction de l'appui aux marchés (TCM)
Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international
Courrier électronique : mrc@dfait-maeci.gc.ca

le FaxLink national (613) 944-4500;

le site Internet du MAECI :
http://www.dfait-maeci.gc.ca

Division de l'évaluation et de l'analyse des marchés (DEAM)
Agriculture et Agroalimentaire Canada
Contact : Jim Lowe
Téléphone : (613) 759-7652
Télécopieur : (613) 759-7505
Courrier électronique : lowej@em.agr.ca

SEA : http://sea.agr.ca

Le gouvernement du Canada a préparé le présent rapport en se fondant sur des sources d'information primaires et secondaires. Aussi ce dernier ne garantit-il aucunement l'exactitude des renseignements qu'il contient pas plus qu'il n'appuie les organisations dont le nom y figure. Il appartient donc aux lecteurs de vérifier l'exactitude et la fiabilité des renseignements contenus dans le présent rapport. Ce rapport offre un aperçu du marché destiné à ceux qui sont intéressés par les potentiels du marché et ne vise pas à fournir une analyse en profondeur qui pourrait être nécessaire à l'exportateur.

LE MARCHÉ AGROALIMENTAIRE EN RÉPUBLIQUE TCHÈQUE, EN RÉPUBLIQUE SLOVAQUE, EN HONGRIE ET EN SLOVÉNIE

Team Canada • Equipe Canada

RÉSUMÉ

Les pays d'Europe centrale et de l'Est (ECE) que sont la République tchèque, la République slovaque, la Hongrie et la Slovénie représentent des marchés intéressants offrant de bons débouchés aux exportateurs canadiens de certains produits agricoles et agroalimentaires. Toutefois, vu la perspective de leur adhésion prochaine à l'Union européenne (UE), le Canada et les autres pays non membres de l'UE feront bientôt face à des règlements sur l'accès au marché, semblables à ceux qui existent à l'échelle de l'Union européenne.

La population collective des quatre pays qui font l'objet du présent rapport s'élève au total à 27,5 millions d'habitants. Même si les aliments occidentaux ont été introduits en grand nombre il y a déjà 10 ans, plusieurs habitants commencent à peine à gagner un revenu qui leur permet d'acheter des importations plus coûteuses comme des boissons alcoolisées, de la viande et des aliments pour animaux domestiques.

En ce qui concerne les boissons alcoolisées, la concurrence est farouche dans chacun des quatre pays et particulièrement restrictive en raison de deux facteurs qui se combinent : la taille de l'industrie de la bière en République tchèque et l'union douanière entre ce pays et la République slovaque. L'industrie de la brasserie tchèque est hors de doute l'intervenant dominant sur le marché de la bière de la région. Il existe toutefois dans ces deux républiques de bons débouchés pour les fabricants canadiens de vin, de whisky et d'autres spiritueux. En Hongrie et en Slovénie, les débouchés sont plus restreints en raison du renforcement des industries intérieures, de l'autosuffisance et du ralentissement des taux de croissance de la consommation.

Les fournisseurs canadiens de matériel génétique bovin, porcin et aviaire ont connu du succès sur les marchés tchèque et hongrois en utilisant les méthodes d'exportation traditionnelles ou en formant des coentreprises avec les productions intérieures. Les coentreprises ont permis de créer une base stable sur laquelle fonder les exportations futures.

Les fabricants canadiens d'aliments pour chiens et chats se sont aussi emparés de parts solides et croissantes des marchés tchèque et slovaque, sur lesquels ils correspondent respectivement à 15 % et 10 % des marchés d'importation. En s'appuyant sur leur réputation comme fournisseurs d'aliments pour animaux domestiques de bonne qualité, les fabricants canadiens d'aliments pour chiens et chats s'emploient à former

en Europe de l'Est des coentreprises qui permettront d'étendre les circuits de distribution dans la région.

TABLE DES MATIÈRES

RÉSUMÉ

- Facteurs déterminants pour la croissance à venir
- Débouchés
  - Projets actuels et prévus

CONCURRENCE

- Compétences locales
- Concurrence internationale
- Position du Canada
- Avantage concurrentiel attribuable aux politiques et aux initiatives du gouvernement du Canada

CLIENTS DU SECTEUR PRIVÉ

CLIENTS DU SECTEUR PUBLIC

- Règles relatives aux marchés publics

LOGISTIQUE DU MARCHÉ

- Circuits de distribution
  - Ventes directes
  - Distributeurs et grossistes
  - Agents et représentants
- Facteurs à considérer pour accéder au marché
  - Pratiques commerciales proposées
  - Règlements en matière d'importation
  - Normes, certificats et enregistrements locaux
  - Risques associés au crédit à l'exportation, restrictions sur les lettres de crédit et contrôle des devises

ACTIVITÉS PROMOTIONNELLES

PRINCIPAUX CONTACTS ET SERVICES DE SOUTIEN

BIBLIOGRAPHIE

AUTRES DOCUMENTS DE RÉFÉRENCE

- Sites Internet utiles

ANNEXE A : TABLEAUX DE CONVERSION DES DEVISES

LE MARCHÉ AGROALIMENTAIRE EN RÉPUBLIQUE TCHÈQUE, EN RÉPUBLIQUE SLOVAQUE, EN HONGRIE ET EN SLOVÉNIE

Team Canada • Equipe Canada

APERÇU DU MARCHÉ [1]

La République tchèque, la République slovaque, la Hongrie et la Slovénie adhèrent tous à l'Accord de libre-échange d'Europe centrale (ALEEC), entré en vigueur en mars 1993. Étant donné qu'aucun des pays participant à l'ALEEC n'était membre de l'UE au moment de l'établissement de l'accord, le libre-échange des biens s'est révélé très salutaire à leur économie respective. La libéralisation du commerce des produits agricoles est entrée en vigueur le 1er avril 1998. Toutefois, les pays visés par le présent rapport ainsi que d'autres pays participant à l'ALEEC ont présenté des demandes d'adhésion à l'UE. Même si aucun d'entre eux ne sera accepté dans l'UE avant le 1er janvier 2003, les échanges qui ont lieu à l'intérieur de la zone de l'ALEEC, de celle de l'Union européenne et des pays ne faisant pas partie de ces alliances ont déjà été touchés.

Tout en progressant vers leur adhésion souhaitée à l'UE, les pays requérants doivent commencer à mettre en oeuvre et à respecter les normes relatives au commerce et à l'investissement de l'UE, y compris l'adhésion aux règlements communs d'importation de L'UE. L'importance que les pays aspirant à adhérer à l'UE accordent au respect des normes de cette dernière et à la création de nouveaux partenariats commerciaux a provoqué un virage dans les niveaux d'échanges, comme le traduit l'augmentation du niveau des échanges de la Slovénie et de la République tchèque avec les pays membres de l'UE et une diminution du commerce avec les partenaires de l'ALEEC. Toutefois, la part de l'agriculture dans l'économie de chacun des pays membres de l'ALEEC diminue également puisqu'une moins grande proportion du sol est utilisée à des fins agricoles et que les économies s'emploient à renforcer leurs industries plus avancées.

En 1999, les exportations agricoles et agroalimentaires du Canada vers la République tchèque, la République slovaque, la Hongrie et la Slovénie ont atteint 19,5 millions de dollars[2]. Ce montant comprend des exportations d'une valeur de 8,7 millions de dollars vers la République tchèque, de 4,3 millions de dollars vers la Hongrie, de 982 000 $ vers la République slovaque et de 5,5 millions de dollars vers la Slovénie. Bien que la valeur des produits exportés en Slovénie en 1999 ait augmenté de 143 % par rapport à celle de l'année précédente et ait représenté le montant le plus élevé en quatre ans, les exportations canadiennes vers les trois autres pays d'Europe centrale ont diminué par rapport à l'année précédente. Les exportations agricoles du Canada vers la République tchèque ont diminué pour la quatrième année de suite, tandis que les exportations en Hongrie et en République slovaque ont atteint un sommet en 1998 pour ensuite diminuer en 1999 de 78 % et 53 % respectivement. La production améliorée des aliments et boissons, le commerce à l'intérieur de la zone de l'ALEEC et l'évolution du commerce entre l'UE et les quatre pays demandant l'adhésion à l'UE pourraient expliquer les changements survenus en matière de commerce dans ces quatre pays. Il convient toutefois de signaler qu'en 1999, les importations tchèques en provenance des pays de l'UE avaient aussi diminué légèrement par rapport à l'année

précédente, alors que les importations en provenance des pays membres de l'ALEEC avaient augmenté un peu la même année pour atteindre 22,9 % de toutes les importations agroalimentaires.

La République tchèque et la Hongrie comptent à peu près le même nombre d'habitants, soit un peu plus de 10 millions, bien que la Hongrie enregistre une croissance démographique légèrement à la baisse. De son côté, la République slovaque compte près de 5,5 millions d'habitants et la Slovénie, un peu plus de 2 millions. Tous les pays connaissent de la part de leurs citoyens des demandes croissantes qui sont caractéristiques d'une économie industrialisée en plein essor : une demande de produits spécialisés coûteux, des aliments cuisinés et de la nourriture pour animaux domestiques, en raison du nombre croissant de personnes qui possèdent des animaux de compagnie.

Nous discuterons dans ce rapport des débouchés sectoriels cernés par les agents de commerce travaillant aux ambassades du Canada dans les quatre pays. La liste des éléments examinés n'est ni vaste ni exhaustive. Les Canadiens qui envisagent d'exporter sur ces marchés sont encouragés à effectuer leurs propres recherches sur les marchés ciblés et à ne pas se fier uniquement à l'information présentée dans ce document.

République tchèque

Boissons alcoolisées

Même si le marché tchèque des boissons alcoolisées est vaste, il est cependant dominé par la bière brassée dans le pays. En 1998, le chiffre de ventes au détail de la bière tchèque s'est élevé à 753,1 millions de dollars, pour un volume de 8,13 millions d'hectolitres[(3)]. En 1999, le volume de ventes a glissé à 7,9 millions d'hectolitres. En 1997, la consommation globale de boissons alcoolisées par habitant en République tchèque a atteint 9,8 litres (L) d'alcool pur. En ce qui concerne la consommation de bière, le pays est le chef de file mondial en consommation annuelle par habitant, qui atteint en moyenne 160 L par personne, tandis que la consommation de vin a atteint en 1999 17 L par personne.

Le marché de la bière est dominé depuis peu par deux sociétés internationales, qui fabriquent toutes deux de la bière en République tchèque : South African Breweries et Interbrew (Belgique). En 2000, les deux sociétés ont également effectué des achats importants pour accroître leur part du marché. Un certain nombre de micro-brasseries intérieures soutiennent également la concurrence sur le marché tchèque de la bière, mais les grandes entreprises de ce secteur les écartent indubitablement. À l'issue d'un marché d'une valeur de 925 millions de dollars (23 milliards de Kc - korunas tchèques) avec la banque d'investissement Nomura du Japon, South African Breweries a acheté et fusionné Plzensky Prazdroj, Radegast et Pivovar Velke Popovice en juin 2000, créant ainsi une part du marché combiné de 44 %. L'acquisition de Pilsner Urquell, qui est la principale bière de luxe offrant un important potentiel de marketing international, constitue l'élément le plus important pour South African Breweries.

Au début de juin 2000, Interbrew, qui possède également Labatt, a acquis la brasserie Bass (Royaume-Uni), propriétaire de Prazske Pivovary (Brasseries de Prague), ce qui en fait le deuxième brasseur en République tchèque, avec 13 % du marché. Les brasseurs tchèques Budejovicky Budvar, avec une part du marché de 7 %, et Moravskoslezske pivovary, avec 5,4 %, complètent le peloton de tête correspondant à 70 % du marché.

Vu la concurrence intense exercée par les grandes brasseries, l'association des petites brasseries tchèques a mené des démarches auprès du gouvernement et réussi à obtenir un allégement fiscal allant jusqu'à concurrence de 50 % pour les microbrasseries. Toutefois, cet allégement fiscal assure seulement une protection à court terme. Confrontées aux stratégies adoptées par les entreprises pour accroître les profits,

comme l'objectif de South African Breweries de conserver ses niveaux de production afin de susciter un accroissement du prix de la bière, plusieurs petites brasseries seront inévitablement incapables de soutenir la concurrence et seront évincées du marché. Les microbrasseries, qui produisent jusqu'à 200 000 hL par année, fabriquent environ 20 % des 18 millions d'hectolitres de bière produite annuellement en République tchèque.

Bien que la bière soit vendue surtout en bouteille (plus de 97 % en 1998), les consommateurs tchèques achètent volontiers la bière en cannette, parce que les bières étrangères ont initialement été introduites sur le marché sous cette forme. Les Tchèques associent les cannettes aux marques de bière coûteuses, ce qui est l'inverse de la tendance constatée au Canada et en Europe de l'Ouest, où la bière en bouteille coûte traditionnellement plus cher.

La République tchèque a demandé à l'Organisation mondiale du commerce (OMC) une protection de classification géographique plus étendue que seulement pour les vins et les spiritueux. Les Tchèques espèrent en effet protéger la désignation *pilsner*, du nom de la ville tchèque Plzen, où se trouve la brasserie Pilsner Urquell. Un règlement en leur faveur leur donnerait le droit exclusif d'utiliser la désignation pilsner, obligeant ainsi plusieurs producteurs de bière allemands à renoncer à celle-ci.

En 1998, le marché du vin en République tchèque était évalué à 276,6 millions de dollars, le volume de vente atteignant 1,02 million d'hectolitres. Plus de 20 sociétés se partagent 66 % du marché intérieur; les petits producteurs satisfont à 20 % du marché, tandis que les 14 % restant correspondent aux importations.

Le vin peu coûteux, notamment le vin importé en contenant TetraPack, correspond à environ 11 % du marché tchèque du vin. Le volume croissant des importations et les pressions exercées par les chaînes de magasins de détail sur les prix expliquent que les producteurs intérieurs aient de la difficulté à soutenir la concurrence. En 1998, 62 % du volume de vin vendu était en bouteille, tandis que 25 % était offert en emballage TetraPack.

En 1999, environ 800 000 hL de spiritueux ont été consommés, en baisse de 5 % par rapport à l'année précédente. Stock, une société tchèque, contrôle environ 30 % du marché des spiritueux et croit que les consommateurs cherchent à établir une habitude et une fidélité à l'égard des marques. Elle signale un accroissement de 15 % des ventes de Fernet Stock et de Fernet Stock Citrus comme preuve du fait que la notoriété d'une marque entraîne l'accroissement des ventes.

En ce qui concerne la consommation, un nombre croissant de buveurs de bière tchèques préfèrent acheter de la bière dans un magasin en vue de la consommer à la maison plutôt que de le faire dans un pub. Les travailleurs à faible revenu, qui fréquentaient auparavant les pubs, éprouvent maintenant plus de difficulté à faire face à leurs dépenses quotidiennes. Quant à ceux qui peuvent se permettre de prendre un verre dans un établissement, comme les gens d'affaires et les personnes ayant un niveau de scolarité plus élevé, ils préfèrent consacrer leurs heures de loisirs à d'autres activités ou consommer leur bière à la maison. On constate par ailleurs un accroissement du nombre de consommateurs de vins qui achètent non plus en fonction du prix mais plutôt de la qualité.

Viande

En 1999, la production de viande de volaille a atteint environ 245 000 tonnes (t), soit 1,66 % de plus que l'année précédente. La même année, d'après le Bureau de la statistique tchèque, la consommation de viande en République tchèque a atteint 82,2 kg par habitant. La volaille ne cesse de croître en popularité (17,9 kg par habitant en 1999), tandis que la consommation de viande rouge diminue (la consommation de boeuf a atteint 14,3 kg en 1998).

En 1999, la production de viande de porc en République tchèque a diminué de 4,6 % pour tomber à 638 800 t. La consommation de cette viande a aussi diminué ces dernières années pour tomber à 649 100 t en 1999. L'an dernier, la consommation de porc était de 45,7 kg par habitant, correspondant à près de 56 % de la consommation annuelle totale de viande en République tchèque.

Les normes de qualité et la productivité de la viande de porc en République tchèque progressent vers les niveaux atteints dans l'Union européenne, ce qui laisse prévoir la vigueur et la compétitivité future du marché. Toutefois, la médiocrité des systèmes de gestion des déchets dans ce secteur pourrait causer des problèmes écologiques et constituer un obstacle pour l'industrie porcine tchèque. Comme la production porcine correspond à près de 20 % de la production agricole totale du pays et 40 % de son produit de bétail, il est clair que ce secteur a beaucoup d'importance. Aussi, l'industrie porcine correspond à près de la moitié des deux millions de tonnes de céréales fourragères vendues chaque année en République tchèque.

Comme le prix du porc a augmenté récemment dans ce pays, les acheteurs s'approvisionnent chez des fournisseurs étrangers qui offrent de la viande moins coûteuse. Les prix ont oscillé en moyenne autour de 1,38 $ (32 Kc)/kg mais ont atteint récemment 1,55 $ (36 Kc)/kg. Les producteurs veulent faire grimper le prix jusqu'à 1,63 $ (38 Kc)kg, mais le prix moyen dans l'Union européenne est 1,55 $/kg. Même si les acheteurs se tournent vers les fournisseurs étrangers, on s'attend à ce que le prix du porc continue à grimper, comme il le fait ordinairement durant l'été lorsqu'il y a une baisse de l'offre.

Zoogénétique

On dénombre en République tchèque plus de 6 700 unités d'élevage et d'engraissement de porcs en opération, dont environ 740 sont des unités spécialisées ayant une capacité minimale de 1 000 porcs. Environ 80 % de la production de ces unités spécialisées est destinée à des usages commerciaux.

Le nombre de bestiaux en République tchèque a diminué en 1999, le nombre de bovins ayant diminué de 5,1 % pour tomber à 1 573 500 (614 800 vaches), les porcs, de 7,8 % pour tomber à 3 687 900 (296 800 truies) et les ovins, de 2,3 %, tombant à 84 100. Le nombre de volailles a par contre augmenté de 1,9 % pour atteindre 30 784 400, bien que le nombre de poules aient diminué de 1,4 %. La République tchèque ne veut pas que les quotas de l'UE entraînent une diminution du nombre de vaches laitières, étant donné que la production actuelle est exactement suffisante pour satisfaire à la consommation de lait du pays qui, bien qu'elle soit la plus faible de toute l'Europe (207 L per habitant), est en hausse.

Légumineuses

En République tchèque, on ne consomme pas beaucoup de lentilles comme des pois, des fèves ou d'autres légumineuses. La consommation totale de légumineuses par habitant était de 2 kg en 1999. Le pays suffit à ses besoins uniquement en ce qui concerne la production de pois, qui sont aussi exportés. Toutefois, pour répondre à la demande de fèves et de lentilles, il dépend des importations. Pour l'année de marketing 1998-1999, la production totale de légumineuses a atteint 135 500 tonnes dont 123 700 tonnes consistaient en pois.

Aliments pour chiens et chats

On estime qu'il y a en République tchèque environ trois millions de chiens et près d'un million de chats. On s'attend à ce que le nombre de chats continue à augmenter d'environ 20 % par année étant donné leur popularité croissante parmi les propriétaires de maison. Cela entraînera une demande croissante d'aliments

pour chats.

Les aliments transformés pour les animaux ont commencé à être vendus au début des années 1990 et ont été bien accueillis. Entre 1994 et 1998, les ventes d'aliments pour chats en République tchèque ont augmenté de 38 %, pour atteindre 10,7 millions de dollars (4,5 millions de kg) en 1998. Les ventes d'aliments humides pour chats ont été deux fois plus élevées, tant en volume qu'en valeur, que les aliments secs et ont atteint en 1998 un montant de 7,6 millions de dollars. Les ventes d'aliments pour chiens ont atteint la même année 41,7 millions de dollars (18,7 millions de kg), ce qui a représenté une augmentation en cinq ans de 55 % de la valeur de ventes et de 78 % du volume. Les aliments humides pour chiens ont représenté la plus grosse part des ventes, soit 11,2 millions de kg, d'une valeur de 25,5 millions de dollars. On s'attend à un accroissement considérable du marché des aliments pour animaux domestiques, du moins au cours des cinq prochaines années, soit à une augmentation annuelle des ventes comprise entre 15 % et 20 %.

On dénombre actuellement sur le marché tchèque une cinquantaine de fournisseurs d'aliments pour animaux domestiques qui approvisionnent les magasins spécialisés dans la vente de ces produits appelés ZOO, de même que les supermarchés (qui vendent des produits moins chers). Les aliments secs pour animaux correspondent à environ 60 % de tous les aliments vendus; cette part est appelée à augmenter. En 1997, 20 % des chiens et chats mangeaient régulièrement des aliments transformés, et l'on s'attendait alors à ce que cette proportion atteigne entre 40 % et 60 % en l'an 2000.

Une enquête menée à la fin de 1999 auprès de 3 000 personnes a révélé ce qui suit :

- 24 % des Tchèques achètent des aliments pour chiens;
- Chappi est la marque la plus populaire, suivie de Pedigree, Darling, Astor, Bono, Friskies, Dog, Anka et Cesar;
- 8,4 % des Tchèques achètent des aliments pour chats;
- Kit-e-Kat est la marque la plus populaire, suivie de Whiskas, Friskies, Darling, Omega, Katinka, Anka, Sheba, Petty.

Hongrie

Boissons alcoolisées

Au cours des dernières années, les ventes de l'industrie hongroise de la bière ont diminué; en 1998, elles sont en effet tombées de 5,32 millions d'hectolitres (866,2 millions de dollars) à 4,6 millions d'hectolitres (573,6 millions de dollars). Cette baisse était attribuable surtout à la hausse considérable du prix de la bière, le pourcentage du prix correspondant à la taxe ayant grimpé pour atteindre environ 70 %. La consommation de bière par habitant est d'environ 70 L par année. Contrairement à ce qui existe dans le cas du vin et des spiritueux, le coût élevé du brassage empêche de faire beaucoup de commerce en dehors des marchés officiels. De plus, les consommateurs sont de plus en plus soucieux de leur santé et optent de plus en plus pour des boissons non alcoolisées (p. ex. jus, sodas, eau en bouteille et boissons pour sportifs), qui, bénéficiant d'une taxation plus favorable, sont plus abordables et plus attrayantes pour une grande part de la population.

Les buveurs de bière hongrois privilégient toujours la bière en bouteille, qui, en 1998, correspondait à 78 % de toutes les ventes de bière. Même si les fabricants hongrois ont offert leurs produits les plus populaires en cannette à partir de 1989, les consommateurs n'ont pas modifié leurs habitudes. La plupart des bières embouteillées en Hongrie sont vendues en bouteille de 500 millilitres (mL), tandis que les bières importées et les bières en cannette sont souvent offertes en contenant de 330 mL.

En 1998, les ventes au détail de 3,09 millions d'hectolitres de vin ont rapporté 1 165,5 millions de dollars, une baisse de 7,0 % par rapport à l'année précédente. D'ailleurs, la valeur des ventes de vin a diminué chaque année depuis 1994, lorsque le chiffre de ventes a atteint 1 799,5 millions de dollars, bien que la consommation soit demeurée relativement stable. Cette tendance à la stabilité de la consommation, assortie d'une baisse des ventes pourrait être attribuable au fait qu'un volume croissant de vin est produit en dehors des établissements vinicoles officiels, tout en étant vendu sur le marché du détail. En 1999, les vignobles de Hongrie ont produit 3,3 millions d'hectolitres de vin, une baisse de 23 % par rapport à l'année précédente. On s'attend à ce que la production de vin en l'an 2000 soit de 4 millions d'hectolitres.

La vente de vin en bouteille a représenté seulement 38 % de tout le vin vendu. En Hongrie, on achète surtout du vin en vrac, que les consommateurs décantent dans leurs propres bouteilles. Beaucoup de petits producteurs locaux vendent leur vin de cette manière, soit dans des boutiques et pubs locaux, ou même depuis leur demeure.

Pommes de terre et pommes de terre de semence

En Hongrie, on consomme beaucoup de pommes de terre. Après les céréales (p. ex., blé, orge), le maïs et les produits laitiers, la pomme de terre est l'ingrédient le plus important dans la cuisine locale. La consommation annuelle par habitant était en moyenne entre 60 kg et 70 kg, soit à peu près la même quantité que la consommation annuelle de viande par habitant. Toutefois, au cours des 50 dernières années, la production intérieure n'a pas satisfait à la demande des consommateurs sur les plans de la qualité et de la quantité. Des fluctuations marquées dans le territoire ensemencé (entre 40 000 et 200 000 hectares) et le rendement (variant entre 7,9 tonnes/hectare et 20 tonnes/hectare) traduisent un écart assez considérable entre la demande du marché et les intérêts des producteurs, ce qui entraîne, selon les années, des pénuries ou des excédents de production.

Zoogénétique

Dans son énoncé de principe en matière agricole, la Hongrie a demandé à l'Union européenne des quotas dépassant largement les volumes actuels afin de permettre une expansion à long terme de ses industries du bétail. Elle a par exemple demandé un quota de 300 000 têtes de bovins alors que les niveaux actuels sont de 20 000 têtes de bovins. La Hongrie a également demandé des subventions pour 1,5 million d'ovins, mais il n'y avait que 909 000 ovins dans le pays à la fin de 1998. En ce qui concerne les porcins, l'objectif est d'avoir une population totale de 6 à 6,5 millions de porcs; en 1999, il y en avait entre 5 et 5,5 millions.

Services de foresterie

La Hongrie, dont l'économie était basée sur la structure industrielle et militaire de l'ancienne Union soviétique, est encore en transformation. Comme le pays est relativement plat, son économie était largement basée sur l'agriculture, les régions centrales et horizontales étant consacrées à la production de blé et d'orge destinés à la consommation locale, aux militaires soviétiques et, dans une certaine mesure, aux marchés à devise forte. Toutefois, les céréales n'étaient ni de grande qualité ni produites de façon économique. Depuis la chute du communisme, un grand nombre de ces régions sont maintenant boisées. L'aire boisée totale de la Hongrie correspond à un peu plus de 16 % du territoire du pays. Le secteur de l'exploitation forestière n'est donc pas très développé et pourrait profiter du savoir technique des sociétés canadiennes.

République slovaque

La République slovaque est un importateur de produits agroalimentaires et son déficit commercial dans le domaine agricole ne cesse de croître depuis plusieurs années. Le pouvoir de marketing des produits étrangers dépasse les ressources des producteurs intérieurs, dont les produits sont également défavorisés en ce qui a trait aux prix, par les subventions à l'exportation appliquées par les pays exportateurs.

Boissons alcoolisées

La capacité annuelle des brasseries slovaques s'élève à 6,71 millions d'hectolitres. Toutefois, en 1999, la République slovaque n'a produit que 4,4 millions d'hectolitres de bière, correspondant à 65 % de la capacité, ce qui permettra une expansion, si nécessaire, de la production. Seulement deux brasseurs intérieurs, Topvar et CorgoE, ont utilisé presqu' entièrement leur capacité de fabrication, à raison de 98,1 % et 84,9 % respectivement.

En 1998, les ventes au détail de bière en République slovaque ont atteint 2,77 millions d'hectolitres, représentant une valeur de 426,1 millions de dollars. Bien que ce volume représente une légère baisse par rapport à l'année précédente, il y a en fait eu un accroissement par rapport aux niveaux de consommation enregistrés entre 1994 et 1996. Toutefois, le coût de la bière augmente, ce qui explique la hausse de 160 % de la valeur des ventes entre 1994 et 1998.

Bien qu'ils aient délaissé la bouteille traditionnelle qu'on trouvait dans l'ancienne Tchécoslovaquie en faveur de la bouteille de type « Vichy », les consommateurs slovaques préfèrent de loin la bière en bouteille. Ils préfèrent également le vin en bouteille, qui correspond à plus de 90 % des achats de vin.

L'industrie vinicole traverse actuellement une période difficile, l'étendue des vignobles étant en baisse : l'âge moyen des vins est passé de 13 à 17 ans. En 1998, les ventes de vin ont atteint 193,9 millions de dollars, pour un volume de 700 000 hL. Bien qu'en 1999 la République slovaque ait importé 363 000 hL de vin de la République tchèque, elle n'en a exporté que 54 000 hL dans ce pays.

Viande

On s'attendait à ce que durant le premier semestre de l'an 2000, la République slovaque importe environ 22 000 t de viande de porc.

Slovénie

On a conçu le programme de réforme de la politique agricole de la Slovénie pour la période 1999-2002 à partir du « modèle écosocial » de production agricole de 1993. Ce programme qui prévoit le développement de la production agricole est axé sur la préservation de l'environnement naturel et sur les composantes sociales, comme la parité de revenu pour les agriculteurs, la préservation du mode de vie rural, la lutte contre le boisement des aires cultivées et la préservation de l'emploi rural. Les buts du programme sont essentiellement la responsabilité écologique et la sécurité d'emploi et de mode de vie pour les producteurs agricoles, ce qui signifie que la politique agricole slovène est foncièrement et structurellement analogue à celle de l'UE. La réforme de la politique par rapport à l'ancien régime de subventions en fonction des prix du marché résultait de la reconnaissance croissante du fait que les agriculteurs slovènes allaient être grandement désavantagés par rapport à l'exploitation agricole plus vaste de l'UE au moment de l'adhésion de la Slovénie à l'Union européenne.

Pays montagneux, la Slovénie n'a pas beaucoup de terres arables, ce qui l'oblige à importer un grand nombre de produits agricoles nécessaires pour nourrir la population. Toutefois, comme elle ne compte pas beaucoup d'habitants, cela crée un marché d'exportation plutôt restreint pour les producteurs canadiens.

Boissons alcoolisées

Ces dernières années, la Slovénie a enregistré des excédents de vin de qualité. Les stocks de vin des années antérieures, au début de la nouvelle récolte, étaient environ de 30 % plus élevés que la normale. Au milieu de 1999, cet excédent atteignait 18 millions de litres de vin.

Pommes de terre de semence

À cause de sa géographie montagneuse, la Slovénie doit importer des pommes de terre. En 1999, elle a importé des pommes de terre de semence d'une valeur de 4,7 millions de dollars, le montant total des importations de pommes de semence, entre 1994 et 1999, s'élevant à 29,8 millions de dollars. C'est en 1996 que le Canada a exporté pour la dernière fois des pommes de terre de semence en Slovénie; la valeur totale de ses exportations ont atteint 406 000 $, soit le même montant que l'année antérieure.

Zoogénétique

Après l'indépendance de la Slovénie en 1991, les troupeaux de bétail ont diminué, et ce pendant toutes les années 1990. Bien qu'ils aient commencé à augmenter à la fin de la décennie, le nombre de têtes de bétail a continué à augmenter en 1999; il a crû de 4 % pour atteindre 189 100. En 1999 également, le nombre d'ovins est demeuré identique à celui de l'année précédente, soit 72 300, tandis que le nombre de porcs a diminué de 5,7 %. La Slovénie produit normalement jusqu'à 700 000 porcs destinés à l'abattage chaque année, ce qui correspond à environ 70 % de la consommation totale de porc au pays. Bien que le bétail soit élevé principalement sur des fermes familiales, l'industrie porcine est dominée par huit grandes unités de production qui satisfont à 66 % des besoins du pays. Ces unités consistent en vastes complexes agroalimentaires intégrés qui exploitent leur propre usine d'aliments. Chacun de ces établissements d'élevage porcin produit entre 10 000 et 100 000 porcs par année. Le reste du stock nécessaire, qui atteint ordinairement près de 300 000 porcs, est importé.

On a aussi enregistré dans les années 1990 une baisse marquée du nombre de volailles, qui a chuté de plus de 13 millions à près de 10 000 en 1997. On a toutefois constaté un accroissement de la population de volailles dans la deuxième moitié de la décennie, ce qui représente un léger revirement de la tendance au cours de six années précédentes.

Services forestiers

Les services forestiers sont très développés en Slovénie, ce qui limite les possibilités d'intervenants éventuels sur le marché. Ce pays montagneux, qui comprend une vaste région boisée, a mis en place une grande infrastructure forestière grâce à sa richesse permettant de faire des investissements dans des projets de cette nature et au niveau élevé de scolarité des habitants. Après la réforme de la politique agricole, en 1998, le gouvernement slovène a tiré profit de l'importance attachée à la politique de développement rural, qui comporte le cofinancement de la mise sur pied d'une association de propriétaires forestiers et un investissement dans l'amélioration de la transformation et du marketing des produits forestiers.

Facteurs déterminants pour la croissance à venir

Pour être admis dans l'UE, les pays d'Europe centrale et de l'Est doivent convenir de mettre en oeuvre la PAC de l'UE à leur date d'adhésion, exception faite des dérogations permises. Cela signifie que les politiques commerciales et les techniques de production agricole et agroalimentaire de ces pays devront respecter les lois et normes de l'UE.

L'adhésion à l'UE des pays en question entraînera la libéralisation du commerce de nombreux produits agricoles. Les contingents avec franchise de droits qui s'appliquent à certains produits seront appelés à remplacer les préférences douanières actuelles. L'approche dite double zéro que prônent fréquemment les pays membres de l'UE en ce qui a trait aux demandes d'adhésion des pays de l'ECE prévoit l'élimination réciproque des remboursements sur les exportations et des tarifs à l'importation, ce qui toucherait plus de 400 produits, y compris la viande de cheval et de porc et la volaille. Toutefois, les pays de l'ECE se montrent prudents avant d'accepter ce genre de conditions commerciales. On mettra en oeuvre un système spécial de contingents tarifaires basés sur les courants de commerce actuels et assujettis à des hausses annuelles. Le système de contingents tarifaires permettra l'entrée en franchise de droits d'une certaine quantité de produits une fois le maximum des droits habituels atteint. Craignant de perdre des recettes et vu la nature vulnérable et sous-développée de certains secteurs agricoles, aucun des pays de l'ECE inclus dans le présent rapport n'a pleinement accepté jusqu'à maintenant l'approche dite double zéro. La Slovénie ne l'a pas encore acceptée en ce qui concerne les produits du porc, mais elle est plus proche d'accepter ces conditions que ses voisins de l'ECE.

On s'attend à une baisse des prix à l'exportation vu l'obtention par les pays membres de l'UE de l'accès en franchise de droits aux marchés des nouveaux membres. Cela intensifiera grandement la concurrence pour les produits canadiens auxquels s'appliqueront les restrictions à l'importation de l'UE. Signalons en effet que le commerce graduellement libéralisé entre l'Union européenne et les pays requérants a commencé le 1er juillet 2000. Cette libéralisation graduelle a été entreprise pour empêcher « les répercussions négatives éventuelles d'une ouverture immédiate des marchés dès l'accession », selon la Commission de l'UE.

Le programme agricole courant de l'UE, et l'ampleur de sont application aux pays requérants, définira le niveau d'accès que les produits canadiens disposeront face aux activités d'exportations dans ces pays durant les prochaines années. La PAC a été établie pour fournir un soutien financier additionnel et des primes aux producteurs agricoles des pays membres de l'UE. La PAC a aussi servi à stimuler les niveaux de production pour tenter de protéger les industries et styles de vies agricoles de l'UE. La surproduction résultante agirai donc comme une barrière aux importations et entraînerai des niveaux plus élevés d'exportations des pays de l'UE.

Toutefois, la réforme de la PAC est apparue comme une mesure indispensable pour contenir des niveaux extrêmes de dépenses (les dépenses dans le cadre de la PAC représentent environ la moitié du budget de l'UE et elles sont en hausse), stabiliser les excédents croissants de produits et créer un environnement stable dans lequel les requérants de l'ECE pourraient se voir accorder l'adhésion à l'UE. La PAC est essentielle étant donné que les pays en question sont à caractère plus agraire que la plupart des pays de l'Europe de l'Ouest. Bien qu'on s'attende à ce que certaines réformes s'effectuent au cours des cinq prochaines années, l'UE accorde des paiements de soutien considérables aux producteurs agricoles des pays membres, ce qui influera sur les débouchés pour les produits canadiens. Avant d'atteindre l'adhésion à l'UE, ces pays doivent aussi être conformes aux normes de l'UE, incluant celles reliées à la santé animale, santé humaine (normes des produits) et phytosanitaires (santé des plantes). Il est conseillé aux exportateurs canadiens de suivre de près l'évolution de la réforme. On trouvera un examen plus détaillé de la réforme de la PAC de l'UE ainsi que d'autres questions intéressant l'UE dont les exportateurs canadiens devraient être conscients dans le *Guide des prescriptions réglementaires de l'Union européenne applicables aux exportations agroalimentaires canadiennes*.

À l'issue de leur adhésion à l'UE, les Républiques tchèque et slovaque seront obligées d'éliminer leur union douanière, qui existe depuis 1993. Cette union permettait la libre circulation des produits et services entre les deux pays et établissait une politique commerciale et tarifaire commune à l'égard d'autres pays. Toutefois, aucune échéance n'a été fixée pour l'élimination de l'union, bien que, si un pays devient membre de l'Union européenne avant l'autre, l'union douanière devra être dissoute au plus tard la veille de

l'adhésion. On ne s'attend pas à ce que la dissolution de l'union douanière soit précédée d'une période de transition.

Débouchés

Comme la production de boeuf et de veau dépend de la taille du cheptel laitier, on s'attend à ce qu'elle soit au même niveau en 2006 qu'en 1998. Toutefois, en raison de l'accroissement de la consommation, plusieurs pays qui demandent à adhérer à l'UE pourraient devenir des importateurs nets de boeuf. Cela pourrait créer des débouchés pour les fournisseurs canadiens de boeuf capables d'accéder au marché et de s'imposer comme des fournisseurs à faible coût de boeuf de qualité. Toutefois, la concurrence au sein de l'Union européenne sera farouche. Bien qu'on consomme plus de porc et de volaille en République tchèque que dans la plupart des autres pays de l'ECE, beaucoup de pays suffisent également à leurs besoins en ce qui concerne ces viandes.

Suivant l'abolition de l'économie dirigée en 1989, le gouvernement hongrois s'est employé à pallier toutes les lacunes en donnant une plus grande liberté de manoeuvre aux représentants professionnels des producteurs (p. ex., le « Conseil de la pomme de terre », les coopératives de producteurs), aux chercheurs (universités, instituts) et aux commerçants. L'objectif a été d'établir un système cohérent et complexe en vue d'introduire des variétés de pommes de terre de semence plus saines et mieux adaptées à cette région géographique pour permettre au pays d'être autonome. Plusieurs pays de l'Europe de l'Ouest, qui ont découvert des débouchés d'affaires durables dans ce secteur, ont accordé des prêts à long terme et une aide professionnelle au pays (p. ex., le gouvernement des Pays-Bas). Toutefois, en raison de la rigueur du climat, le pays ne suffira jamais à ses besoins en ce qui concerne la production de pommes de terre de semence. Cela signifie qu'il existerait une excellente occasion pour les exportateurs canadiens de pommes de terre de semence d'accéder à ce marché, que l'on considère peut être comme « passablement concurrentiel ».

République tchèque

La transformation et la privatisation qui s'opèrent actuellement dans l'agriculture tchèque créent de nombreuses possibilités pour les races de boucherie (Hereford, Aberdeen-Angus, Charolais, Limousin) qui sont actuellement considérées comme idéales, surtout pour les nouvelles fermes privées et pour les régions montagneuses. Le boeuf, qui constitue un élément important du régime alimentaire tchèque, provenait principalement par le passé des vaches laitières et des races à deux fins. Étant donné les excédents constants de production laitière, le ministère de l'Agriculture préfère éliminer les races laitières et à deux fins inefficaces tout en appuyant l'élevage des bovins de boucherie. Les programmes de subventions gouvernementales pour les veaux ont ouvert la voie aux importations de bovins de boucherie, ce qui pourrait créer des débouchés pour les fournisseurs canadiens capables de pénétrer le marché et de s'imposer comme des fournisseurs à faible coût de boeuf de qualité. Toutefois, l'accès au marché dépendra de la capacité des fournisseurs canadiens de satisfaire aux conditions d'importation zoosanitaires tchèques, qui sont actuellement analogues à celles de l'UE. Souvent, le bovin de boucherie canadien n'est pas accepté aux fins d'importation dans l'UE en raison notamment de l'utilisation d'hormones pour l'élevage.

La plupart des vins doux sont importés, et ne font pas l'objet d'une grande fidélité parmi les consommateurs. Les exportateurs canadiens de vin devraient faire valoir leurs produits auprès des consommateurs pour les sensibiliser aux marques de vin canadien.

Il existe des débouchés intéressants pour les fabricants canadiens d'aliments pour chiens et chats étant donné la tendance marquée qui se dessine sur le marché et le fait que les consommateurs apprécient les

aliments pour animaux domestiques actuellement offerts sur le marché. Les aliments pour chiens constituent notamment un sous-secteur naissant; les niveaux de consommation sont beaucoup plus bas que ceux que l'on constate dans les pays de l'Ouest. Entre 1994 et 1998, les ventes d'aliments secs pour chiens ont augmenté à un taux annuel moyen de 11,4 %, et les ventes d'aliments humides pour chiens, de 20,7 %.

La consommation par habitant d'aliments de base se situe à peu près au même niveau que dans les pays de l'Ouest, bien que la consommation d'aliments cuisinés reste plutôt faible. Les exportateurs canadiens d'aliments surgelés, d'aliments pour bébés et de repas pré-cuisinés pourraient par exemple trouver d'excellentes occasions de vendre leurs produits auprès d'une population vieillissante qui travaille des heures plus longues dans une économie en expansion, et dont les revenus sont à la hausse.

Hongrie

Le marché hongrois des boissons alcoolisées est autosuffisant et n'offre guère de possibilités aux exportateurs canadiens. Il existerait toutefois des créneaux. Les boissons alcoolisées étrangères sont une nouveauté et, malgré leur prix élevé, sont consommés par les nouveaux riches.

En raison de la rigueur du climat et du fait que beaucoup de variétés de pommes de terre ne durent pas de nombreuses saisons, la Hongrie doit renouveler ses variétés de pommes de terre de semence tous les deux ou trois ans. Il existerait donc des débouchés pour les producteurs canadiens de pommes de terre de semence qui pourraient offrir des variétés pouvant s'adapter en Hongrie. En outre, les pommes de terre et les mets à base de pommes de terre deviennent de plus en plus populaires en Hongrie, ce qui entraînera un accroissement de la demande de ce produit.

Il convient de signaler aux sociétés canadiennes désireuses de fournir du matériel génétique animal (bovin, porcin ou aviaire) en Hongrie que, malgré la présence de nombreuses sociétés étrangères dans cette industrie, les nouveaux exportateurs feront face à un marché enthousiaste.

En ce qui concerne les produits forestiers, il existe de bons débouchés en Hongrie. On trouve dans le pays des forêts d'État et privées; les propriétaires sont à la recherche d'entreprises qui peuvent proposer des moyens de tirer le maximum des forêts et qui connaissent également les techniques de reboisement afin de pouvoir préserver ou étendre les forêts. Il existe aussi des débouchés intéressants dans le pays voisin, la Croatie, pour les entreprises en mesure d'établir une bonne clientèle et une bonne réputation dans le secteur forestier hongrois.

République slovaque

Comme la République tchèque, la République slovaque traverse une période de transformation et de privatisation de son secteur agricole avec l'appui de subventions gouvernementales, ce qui offre des possibilités d'exportation de bovins de boucherie (Hereford, Aberdeen-Angus, Charolais, Limousin).

Slovénie

Il existe des débouchés pour les exportateurs de pommes de terre et de pommes de terre de semence étant donné que les régions alpines de la Slovénie ne permettent pas au pays de suffire à ses besoins en ce qui concerne la production de ce produit. Toutefois, les fournisseurs canadiens devront tout d'abord se soumettre à des essais de variétés pendant deux ou trois ans pour garantir que les pommes de terre résisteront à la rigueur du climat et qu'elles se développeront dans les sols de la Slovénie.

Projets actuels et prévus

En avril 2000, la brasserie hollandaise Heineken NV a annoncé que le bureau antimonopole de la République slovaque avait officiellement approuvé l'achat en décembre 1999 de 52,47 % de la brasserie slovaque Gemer. Heineken a subséquemment annoncé qu'elle investirait plus de 3,6 million de dollars (100 millions Sk - korunas slovaques) dans cette brasserie et malterie au cours des trois prochaines années afin de bien implanter Heineken sur le marché slovaque. Heineken espère voir la production de bière à l'usine de Gemer atteindre 400 000 hL d'ici la fin de l'année; on prévoit que la production de malt atteindra 20 000 t. Heineken est actuellement la deuxième brasserie du monde et exploite également trois autres brasseries en République slovaque : Zlaty Bazant, Corgon et Martiner.

En septembre 1999, Agrodruzstvo Jevisovice (AJ), le plus grand producteur de volaille tchèque, a commandé une nouvelle usine d'engraissage de poulets à griller de 2,28 millions de dollars. La nouvelle usine a une capacité de production de 7 millions de poulets et de 15 000 tonnes de viande. La construction a été achevée dans le but de faire passer la part de marché de la société de 7 % à 10 %. Le poulet est vendu à Kosteleche uzeniny, qui est une usine de transformation de la viande.

Kostelecke uzeniny envisage également d'investir 21,5 million de dollars dans l'agrandissement et la modernisation de ses installations de production d'ici 2005. Dans le but d'accroître son roulement et d'augmenter sa production axée sur le marché étranger après que la République tchèque aura obtenu l'adhésion à l'UE, la société vise à obtenir, d'ici 2005, une part de 30 % du marché intérieur des produits de viande. La société, qui détient actuellement une part de 18 % du marché intérieur, transforme 26 000 tonnes de volaille, 27 100 tonnes de porc et 7 980 tonnes de boeuf, en plus de produire 26 175 tonnes de saucisses. L'expansion prévue, qui commencera à l'automne 2000, représente un investissement de 16,3 millions de dollars principalement dans la production de saucisse et de repas pré-cuisinés. En 1999, la société a investi plus de 5 millions de dollars dans la transformation et le conditionnement de la volaille, le matériel de transport et l'infrastructure.

La société de produits alimentaires tchèque Bilbo a également l'intention de commencer vers le milieu de l'an 2000 à construire une nouvelle usine qui doublerait sa production de produits de viande. L'établissement, au coût de 9,5 millions de dollars, devrait pouvoir commencer à être exploité en janvier 2001.

En septembre 2000, l'Union européenne publiera une ébauche de lignes directrices sur les aliments enrichis de vitamines. Ces lignes directrices viseront à établir un niveau unique de qualité pour les producteurs européens d'aliments et à éliminer les obstacles régionaux au commerce et à la circulation libres des produits au sein de l'Union européenne. Elle prévoira des niveaux « maximaux sécuritaires » pour tout un éventail de nutriments et d'autres ingrédients, y compris les vitamines et les minéraux. Toutefois, compte tenu de toutes les étapes législatives du processus d'acceptation, la directive ne sera vraisemblablement pas mise en oeuvre à l'échelle de l'Union européenne avant quatre ans.

CONCURRENCE

Compétences locales

République tchèque

En 1999, la production locale de vin a atteint 412 400 hL, satisfaisant à près de la moitié du marché de la consommation intérieure. La production de vin pétillant, qui s'élève à 16,5 millions de bouteilles par année, est dominée par un producteur intérieur, Bohemia Sekt, qui détient 75 % du marché. Soare Sekt, qui voudrait faire passer sa part du marché de 16 % à 20 % en 2000, a produit, en 1999, 2,5 millions de bouteilles de pétillant.

En 1999, la production intérieure de viande a atteint 282 906 t, soit 4,4 % de moins qu'en 1998. La production de boeuf correspondait à 25,8 % de la production totale et le porc, à 74 %[(4)]. ZRUD, un producteur de viande tchèque, contrôle environ 18 % du marché tchèque de la viande et des produits de viande, et a affiché en 1999 un chiffre d'affaires annuel de 236 millions de dollars.

La production tchèque de vin atteint une valeur de 86 millions de dollars.

Hongrie

L'industrie des boissons alcoolisées était de propriété et d'exploitation publiques jusque dans les années 1990, avant d'être complètement privatisée comme cela s'est produit dans les autres pays de l'ECE.

Le marché de la génétique bovine est dominé par la société d'insémination artificielle hongroise OMT RT. Elle appartient à 100 % au ministère hongrois de l'Agriculture, qui l'exploite intégralement.

République slovaque

Heineken est un des plus grands fabricants de bière en République slovaque, et produit 37 % de la bière du pays. En décembre 1999, l'entreprise a acheté Martiner et Gemer, deux brasseries slovaques, qui sont venues s'ajouter à deux autres grandes brasseries slovaques qu'elle avait déjà achetées, Zlaty Bazant (ZB a achevé la production sous licence de 78 000 hL de bière Gambrinus en juin 2000, à l'expiration du contrat, qui avait initialement été conçu pour contourner le quota slovaque s'appliquant à la bière tchèque) et Corgon. Ensemble, Martiner et Gemer produisent plus de 570 000 hL de bière par année. Heineken a affirmé que les brasseries continueront à produire les mêmes bières régionales et ne seront pas intégrées à ses autres filiales dans le pays. Toutefois, ces acquisitions devraient aider la société mère hollandaise à s'emparer de près de 60 % du marché dans l'avenir immédiat, lorsqu'elle exploitera plus pleinement ses capacités de production.

Concurrence internationale

République tchèque

Boissons alcoolisées

En 1999, la valeur totale des importations de boissons alcoolisées en provenance de pays autres que ceux de l'ECE ont atteint 115,9 millions de dollars, en hausse de 6,5 % par rapport à 1998. La République tchèque a importé pour une valeur de 24,3 millions de dollars de vin, de 23,4 millions de dollars de whisky, de 4,4 millions de dollars de vermouth et d'autres vins, et de 4,3 millions de dollars de bière.

Pour la deuxième année consécutive, les produits allemands ont représenté la plus vaste part du marché des boissons alcoolisées importées en République tchèque en 1999, soit une valeur de 33,6 millions de dollars (en hausse de 32,6 % par rapport à 1998). Les importations allemandes se répartissent comme suit : 23,6

millions de dollars en vin et 4,4 millions de dollars en whisky. En 1999, le Royaume-Uni a exporté sur le marché tchèque des boissons alcoolisées d'une valeur de 17,7 millions de dollars, dont 50 % ou 11,7 millions de dollars correspondaient aux importations de whisky. Les exportations du Royaume-Uni de whisky ont diminué chaque année depuis 1995, lorsqu'elles ont atteint 35,2 millions de dollars, correspondant à 37,6 % du marché. En 1999 également, l'Italie a exporté des boissons alcoolisées d'une valeur de 13,7 millions de dollars, dont 11 millions de dollars en vin. Les autres principaux exportateurs ont été la France (12,6 millions de dollars), l'Autriche (6,4 millions de dollars), l'Espagne (6,9 millions de dollars) et l'Irlande (4,6 millions de dollars).

En 1999, les principaux fournisseurs de vin sur le marché vigoureux de la République tchèque ont été l'Autriche (1,3 million de dollars de bière), la Belgique (1,1 million de dollars) et le Royaume-Uni (750 000 $, une baisse par rapport aux exportations de bière de plus de 2,2 millions de $ de 1998).

En 1999, la République tchèque a importé plus de 469 000 hL de vin, d'une valeur de 29 millions de $. Sur cette quantité totale, 55 % (256 000 hL) du vin a été importé en fût, et le reste, en bouteille. Les plus importants fournisseurs de vin en fût ont été l'Italie (47,3 %), la Hongrie (20,3 %) et la Slovaquie (20 %). En ce qui concerne le vin en bouteille, les principaux exportateurs ont été l'Espagne (51 %) et la Slovaquie (14 %). Pour les sept premiers mois de l'année de commercialisation 1999-2000, on a enregistré une hausse considérable (21,5 %) de l'importation de vin par rapport à l'année de commercialisation précédente.

En 1999, la République tchèque a importé 3 545,4 t de boeuf, une baisse de 35,7 % par rapport à l'année précédente. Les importations de porc ont également diminué, soit plus précisément de 18,4 % pour atteindre 16 533,1 t.

La République tchèque s'est classée deuxième parmi les pays examinés dans le présent rapport pour ce qui est de l'importation en 1999 de matériel génétique bovin (tableau 1), ses importations atteignant 2,6 millions de dollars -- dont 76,4 % correspondaient à des importations de semence bovine. Depuis 1994, les États-Unis ont toujours dominé le marché des importations de matériel génétique bovin, les ventes atteignant 8,8 millions de dollars pour la période allant de 1994 à 1999. Toutefois, les exportations américaines de cette marchandise ont diminué chaque année après avoir atteint le sommet de 2,4 millions de dollars en 1996, année durant laquelle les importations tchèques ont aussi atteint le record de 4,3 millions de dollars. En 1999, les exportations américaines de matériel génétique bovin ont représenté une valeur de 779 300, soit 38,2 % du marché. La France joue aussi un rôle important sur ce marché, dont elle détient une part de 20,9 % correspondant à 2 millions de dollars (en 1999).

Au cours de l'année de commercialisation 1998-1999, les importations de légumineuses (fèves, lentilles) ont atteint 14 100 tonnes, dont 3 500 tonnes consistant en fèves et 8 000 tonnes, en lentilles. La République tchèque importe aussi régulièrement des lentilles et des fèves du Canada, principalement par l'entremise de courtiers européens. En 1999, les importations de légumineuses de pays autres que de l'ECE ont atteint à peine 100 500 $, soit près du triple de la valeur des importations de l'année précédente (39 500 $). L'Italie a dominé le marché des importations en 1999, la valeur de ses produits atteignant 68 800 $, dont 95 % correspondaient à des pois frais. Elle était suivi des Pays-Bas, à 24 400 $, dont 65 % correspondaient à des fèves fraîches ou réfrigérées. Entre 1994 et 1999, la valeur totale des imporations de légumineuses en provenance de pays autres que de l'ECE a atteint à peine 387 775 $.

En 1999, les importations d'aliments pour chiens et chats ont atteint une valeur de 30,3 millions de dollars; les fournisseurs autrichiens se sont emparés de 25,9 % du marché de l'importation, correspondant à une valeur de 7,8 millions de dollars. Cela représentait une baisse par rapport à la part du marché de 33,3 % que détenait l'Autriche en 1998, lorsque la valeur des aliments pour chiens et chats importés de ce pays a atteint 9,6 millions de dollars. L'Allemagne s'est quant à elle emparée d'une part de 17,9 % du marché, ses exportations atteignant 5,4 millions de dollars, tandis que la France et le Royaume-Uni ont exporté des

aliments pour chiens et chats d'une valeur respectivement de 3,8 millions de dollars et de 2,1 millions de dollars.

Hongrie

En 1999, les importations par la Hongrie de boissons alcoolisées en provenance de pays autres que de l'ECE se sont élevées à 34,1 millions de dollars. L'Allemagne a été l'exportateur le plus important, sa part du marché des importations correspondant à 23,7 % ou 8,1 millions de dollars. Elle a été suivie de près du Royaume-Uni, dont la part du marché était de 21,2 %, correspondant à 7,2 millions de dollars, dont 5,7 millions de dollars en whisky.

En l'an 2000, les exportations en franchise de droits par l'UE de vin vers la Hongrie seront limitées à 12,271 millions de litres. Au-delà de ce quota, les exportations vers ce pays seront assujetties à un tarif de 62,9 %, mais il est peu probable que les exportateurs de l'UE atteignent ce niveau.

Tableau 1. Importations de matériel génétique, 1995-1999 (en dollars)

Pays	1995	1996	1997	1998	1999
République tchèque	4 713 607	5374473	4885962	4996072	2671726
Hongrie	4003509	4642149	6608013	8959035	6879204
République slovaque	488855	757054	2400299	2709996	999020
Slovénie	372295	145577	56088	496992	277298

Note : Code SH 0511

Source : The Dialog Corporation *TradStat Imports/Exports* report, juin 2000.

Pendant plusieurs années, les États-Unis ont été la principale source de matériel génétique bovin importé en Hongrie, les ventes dépassant 8,4 millions de $ entre 1994 et 1999 inclusivement. Après avoir atteint 2 millions de dollars en 1998, les exportations américaines sont retombées à 1,8 million de dollars en 1999. En 1999, le Canada a été le deuxième fournisseur de la Hongrie, ses exportations de matériel génétique bovin atteignant une valeur de 433 300 $. L'Allemagne et la France sont venus au troisième et quatrième rangs en 1999, avec des exportations totales de 310 000 $ (10 % du marché) et 206 000 $ (6,6 % du marché) respectivement.

Les importations de pommes de terre de semence ont culminé en 1996; en effet, la Hongrie en a cette année-là importé pour une valeur de 11,2 millions de dollars, dont 84,4 %, des Pays-Bas. Le gouvernement hollandais subventionne les démarches de ses producteurs de pommes de terre visant à établir de solides marchés d'exportations avec la Hongrie. Cette stratégie a permis aux fournisseurs hollandais de s'emparer d'une grande part du marché qui représentait, en 1999, 86,2 % des importations de pommes de terre de semence, d'une valeur de 4,1 millions de dollars. Toutefois, la Hongrie ne veut pas dépendre des variétés hollandaises, au cas où l'approvisionnement serait menacé par la maladie ou que le prix deviendrait trop élevé. En 1999, les importations totales de pommes de terre de semence se sont élevées à 4,8 millions de dollars.

République slovaque

La République slovaque importe de la bière surtout de la République tchèque, mais elle maintient également un quota annuel de 532 000 hL sur ces importations. Bien que la République tchèque ait fait du

lobbying pendant plusieurs années pour obtenir que le quota soit augmenté ou éliminé, les brasseries slovaques voudraient que le quota soit réduit. Ces deux pays voisins s'attendent à ce que le commerce de la bière entre eux soit entièrement libéralisé d'ici quelques années. En 1999, la République slovaque a importé 361 900 hL de bière de son voisin. En outre, un nombre accru de brasseries tchèques produisent leur bière à l'intérieur du territoire slovaque pour éviter les quotas d'importation slovaques. Par exemple, Plzensky Prazdroj, acquise récemment par South African Breweries, commencera à produire la Pilsner Urquell en République slovaque en l'an 2000 précisément dans ce but.

En 1999, les importations totales de boissons alcoolisées en provenance de pays autres que de l'ECE se sont élevées à seulement 12,2 millions de dollars, en baisse par rapport au record enregistré en 1995 de 21,5 millions de dollars. Chaque année, l'Italie s'est taillé la part du lion des importations de vin. En 1999, les importations totales de vin et de vermouth ont atteint 4 millions de dollars, dont 3,3 millions de dollars en provenance d'Italie. La même année, les importations de whisky par la République slovaque a atteint 1,3 million de dollars, dont 71,5 % venaient du Royaume-Uni. Par ailleurs, les importations de bière en provenance de pays autres que de la République tchèque n'ont représenté que 238 000 $. Les autres spiritueux ont représenté la majorité des autres importations de boissons alcoolisées.

En 1999, l'Autriche et l'Allemagne ont été les principaux exportateurs vers la République slovaque de coupes de viande, avec respectivement des marchés de 3,1 millions de dollars et de 2,3 millions de dollars. L'Italie a été le principal exportateur de boeuf, ses exportations dépassant 800 000 $ en 1998 et 1999. Toutefois, en 1999, les principales viandes importées par la République slovaque ont été le porc en provenance de l'Autriche (2,7 millions de dollars) et de l'Allemagne (1,6 million de dollars).

En 1999, l'Italie a été le principal fournisseur sur le marché des aliments importés pour chiens et chats d'une valeur de 2,5 millions de dollars, sa part du marché, de 32,4 %, correspondant à une valeur de 822 393 $. L'Allemagne, dont la valeur des exportations de ces aliments avait été la plus élevée au cours des cinq années précédentes, s'est classée deuxième, avec une part du marché de 19,4 %, d'une valeur de 492 123 $. Le marché des aliments importés pour chiens et chats en République slovaque montre des signes de forte croissance; entre 1994 et 1999, les importations ont progressé de 144 %. Le marché a même fait un bond de 20,5 % entre 1998 et 1999. L'accroissement des revenus et le vieillissement de la population, deux tendances ordinairement associées à un accroissement des achats d'animaux domestiques, permettent de croire en un maintien de cette croissance.

Slovénie

Les importations de boissons alcoolisées ont atteint un sommet de 60,7 millions de dollars en 1996 et ont rapidement diminué par la suite, pour tomber à 36,4 millions de dollars en 1999. Le Royaume-Uni est le principal exportateur, la valeur des importations en provenance de ce pays ayant atteint 17,7 millions de dollars en 1996, suivi de près de l'Italie, à 14,7 millions de dollars. Toutefois, tandis que le montant des importations en provenance du Royaume-Uni est tombé à 12,6 millions de dollars l'an dernier, celui des importations en provenance de l'Italie a atteint 4,1 millions de dollars et, en provenance de l'Autriche, 5,1 millions de dollars.

Les importations de vin ont graduellement diminué depuis 1996 et sont tombées de 6,8 millions de dollars à 1,7 million de dollars en 1999. L'Italie, l'Allemagne, la France et l'Espagne sont les principaux fournisseurs, bien que chaque pays ait exporté pour moins de 500 000 $ de vin en 1999. L'Italie s'accapare aussi chaque année de la part dominante du marché des importations de vermouth, qui est tombée de 976 000 $ en 1998 à 260 000 $ en 1999. Depuis plusieurs années, le whisky britannique représente la plus grosse part des importations de boissons alcoolisées. Bien que les importations de whisky continuent à dominer le marché des boissons alcoolisées importées, elles sont tombées de leur sommet de 1995 -- soit

plus de 22,4 millions de dollars -- à 15,4 millions de dollars en 1999. Les importations britanniques ont atteint presque 18 millions de dollars en 1995 mais ont depuis diminué de 54 % pour tomber à 11,5 millions de dollars en 1999.

Les Pays-Bas et la Belgique ont dominé le marché des pommes de terre de semence, leurs exportations respectives de ce produit en Slovénie dépassant respectivement 17,8 millions de dollars et 6,4 millions de dollars de 1994 à 1999. Les deux pays ont enregistré un accroissement de leurs exportations de ce produit au cours des trois dernières années, la valeur de celles des Pays-Bas atteignant 3,1 millions de dollars en 1999 et celle de la Belgique, 820 000 $.

Dans le secteur de la zoogénétique, les États-Unis, le Canada, la France et l'Italie exportent tous assez régulièrement du matériel génétique bovin à la Slovénie, bien que le total des exportations varie grandement d'une année à l'autre. Les exportations en provenance des États-Unis ont diminué de moitié entre 1998 et 1999, pour tomber à 33 680 $ en 1999, tandis que celles de la France ont plus que doublé au cours de la même période pour atteindre 39 580 $. Toutefois, l'an dernier, les Pays-Bas ont dominé ce secteur, avec des exportations d'une valeur de 168 061 $ correspondant à 67,4 % du marché.

Position du Canada

République tchèque

Sauf pour le whisky, les exportations canadiennes de boissons alcoolisées vers la République tchèque ont été minimales. En 1999, le whisky a été la seule boisson alcoolisée canadienne exportée vers ce pays de l'Europe centrale; la valeur totale a atteint 200 000 $, en baisse de 35 % par rapport au montant des exportations de l'année précédente, soit 316 000 $. En 1998, le Canada a également exporté du vin d'une valeur de 12 314 $, ce qui représentait la totalité des exportations de boissons alcoolisées canadiennes autre que le whisky entre 1994 et 1999. Au cours de la même période, les importations par le Canada de boissons alcoolisées en provenance de la République tchèque ont dépassé 7,5 millions de dollars, dont la plus grande part (7,2 millions de dollars) correspondait à la bière.

Entre 1994 et 1998, les importations de viandes canadiennes ont atteint 9,8 millions de dollars, dont 6,5 millions de dollars correspondaient aux coupes de viande et 3,3 millions de dollars, aux abats et issues. Les viandes de porc (SH 0203) correspondaient à 5,2 millions de dollars du total pour la période 1994-1998, mais les viandes de porc canadiennes ont dégringolé d'un sommet de 3 millions de dollars en 1996 pour passer à 550 000 $ en 1998 et tomber à zéro en 1999. Ces dernières années, le Canada s'est imposé comme une bonne source de viande de cheval et a même été en tête de tous les pays fournisseurs au cours des trois dernières années, ses exportations de ce produit atteignant 1,2 million de dollars au cours de cette période.

Les exportations canadiennes de sperme de bovins en République tchèque ont atteint un montant record de 433 800 $ en 1996, correspondant à 10,1 % du marché. En 1999, les exportations -- d'une valeur de 294 800 $ ou 14,4 % du marché des importations -- ont consisté exclusivement en sperme de bovins laitiers. La part du marché tchèque de sperme de bovins, soit 14 %, est demeurée inchangée entre 1998 et 1999.

Pendant de nombreuses années, la République tchèque a importé du Canada des doses congelées de sperme de Holstein et, de temps à autre, des embryons, des génisses ou des taureaux de reproduction. L'exportateur canadien traditionnel de sperme de bovins, Semex Alliance, a établi en République tchèque un coentreprise avec la société locale Gensemex.

Le Canada a commencé à exporter du bétail Hereford (1 000 génisses Hereford) à la Tchécoslovaquie en 1974. Mais comme cette race était peu connue dans ce pays, l'élevage de Hereford a connu des périodes difficiles, et il ne reste plus actuellement que quelques troupeaux, surtout dans les régions frontalières montagneuses.

La Menhardt International Livestock and Overseas Services Inc. (M.I.L.O.S.) de la Saskatchewan a établi une coentreprise prospère dans le sud de la Bohème (Trhove Sviny). Elle exporte des bovins à viande -- principalement des taureaux, des génisses ou du sperme des races Aberdeen Angus et Charolais -- en République tchèque, en plus de faire simultanément l'élevage de bovins à viande dans la ferme de Trhove Sviny. L'établissement tchèque vend également la progéniture aux fermiers tchèques, en plus d'exploiter un abattoir et de vendre de la viande de boeuf aux restaurants et hôtels internationaux de la République tchèque.

Les exportateurs canadiens d'aliments pour animaux domestiques ont très bien réussi à établir des marchés pour leurs produits en République tchèque. Les aliments canadiens pour chiens et chats ont acquis une réputation de qualité en raison de leur grande valeur nutritive, et ces produits jouissent donc d'une position avantageuse sur le marché. Des sociétés canadiennes comme Maple Lodge Farms (Brampton, Ontario), Champion Feed Services (Barrhead, Alberta), Corey Feed Mills (Fredericton, Nouveau-Brunswick), Harrison Pet Products (Kitchener, Ontario), Produits L.B. Ltée (Boucherville, Québec), Shur-Gain/Maple Leaf Foods (Toronto, Ontario) et Martin Pet Foods (Elmira, Ontario) ont déjà établi leurs circuits de distribution et ont exporté ou exportent encore régulièrement leurs produits sur le marché tchèque. En 1999, la République tchèque a importé du Canada des aliments pour chiens et chats d'une valeur de 4,7 millions de dollars, correspondant à 15,5 % du marché des importations, ce qui a fait passer le total pour les importations, de 1994 à 1999, à plus de 23,5 millions de dollars. Les exportations canadiennes ont atteint un sommet en 1997, soit 6,6 millions de dollars, correspondant à une part du marché des importations de 28 %.

Hongrie

Depuis 1994, les exportations canadiennes de boissons alcoolisées ont consisté exclusivement en exportations de whisky, sauf pour 10 000 $ d'autres spiritueux. Chaque année depuis 1995, les exportations canadiennes de whisky ont augmenté; en 1999, elles ont atteint 747 004 $, en hausse de 11 % par rapport à l'année précédente. La Seagram Company Ltd. a pénétré le marché hongrois et est à l'origine de la plus grande part des exportations canadiennes de boissons alcoolisées dans ce pays. Seagram a également ouvert des établissements -- Seagram Hungary -- dans le cadre de ses opérations européennes.

En 1999, le Canada a été le deuxième fournisseur de matériel génétique bovin de la Hongrie. Ses exportations ont consisté surtout en sperme de bovins laitiers, qui en 1999 ont atteint 433 300 $ et, entre 1994 et 1999, près de 2 millions de dollars. Le reste des exportations a consisté chaque année en embryons de bovins. Bien que les exportations de sperme de bovins laitiers aient fluctué au cours de cette période, la tendance, en ce qui concerne la valeur des exportations, a été favorable, ce qui traduit l'existence de débouchés intéressants pour les exportateurs canadiens désireux d'accroître leur présence sur le marché hongrois ou d'y entrer.

Les exportateurs canadiens de technologie de zoogénétique ont connu beaucoup de succès en Hongrie. En 1985, le Saskatchewan Trade Export Partnership (STEP, un partenariat fédéral-provincial) a contribué à l'exportation de 100 bovins Hereford en Hongrie. En outre, une société canadienne de matériel génétique bovin, Semex Alliance, a joué un rôle important dans l'exportation de matériel de zoogénétique et le développement du marché hongrois de la zoogénétique. Après ses premières exportations vers ce pays d'Europe centrale, Semex a établi une coentreprise à parts égales avec une entreprise hongroise de

zoogénétique afin de former Gene-Pool Co. Ltd., qui détient maintenant une part de 17 % du marché du matériel génétique bovin et du sperme (de bovins laitiers).

En outre, Rio-Alto International a exporté du bovin à viande de l'Alberta à la Hongrie en 1995 puis formé une entreprise s'occupant du croisement du bovin à viande canadien et de bovins de race à deux fins qui a abouti à un cheptel de plus de 500 bovins Red Angus. L'entreprise a connu assez de succès pour que Rio-Alto pénètre les marchés slovène et croate. Certains des bovins Hereford importés en 1985 sont encore utilisés pour la reproduction en Hongrie et croisés avec des bovins canadiens Red Angus.

En ce qui concerne la génétique aviaire, au moins trois sociétés canadiennes sont présentes sur le marché hongrois. Canadian Pride Ostrich (Colombie-Britannique) a formé en 1998 une coentreprise avec une société hongroise afin d'accroître la population d'autruches en Hongrie. Hybrid Turkeys, de l'Ontario, vend des oeufs et du matériel génétique à la Hongrie depuis plus de deux décennies et fait face à la concurrence du Royaume-Uni. Enfin, Shaver Poultry Breeding Farms Ltd., de l'Ontario, exporte du matériel génétique de poulets White Diamond depuis 25 à 30 ans, ses plus importants concurrents étant les sociétés allemandes de matériel génétique de volaille (TETRA).

Sauf pour des exportations d'une valeur de 28 400 $ en 1998, le Canada n'a pas fourni de pommes de terre à la Hongrie depuis 1996, lorsque le montant de ses exportations de ce produit a atteint 574 245 $, correspondant à une part du marché des importations de 5,1 %.

En ce qui concerne l'industrie des services forestiers, des essais et épreuves d'adaptation du pin blanc canadien ainsi que d'autres essences sont actuellement en cours en Hongrie.

République slovaque

Depuis 1994, le Canada a exporté des boissons alcoolisées en République slovaque uniquement en 1996; ses exportations se sont élevées à 130 053 $ et ont consisté exclusivement en whisky. Elles ont, cette année-là, représenté 8 % de tout le whisky importé par la République slovaque.

Les exportations canadiennes de viande ont chuté d'un sommet de 1,2 million de dollars en 1997 (consistant exclusivement en viande de porc) à 360 000 $ en 1999 (composées de 282 583 $ en viande de porc et le reste, en viande de cheval), soit un total de 3,2 millions de dollars entre 1994 et 1999. La part canadienne du marché des importations est tombée de 42,5 % en 1997 à 3,6 % en 1999 suivant un accroissement considérable des exportations de pays comme le Danemark, l'Autriche et la France. Les exportations canadiennes d'abats et d'issues comestibles ont également atteint un sommet en 1997, soit 81 866 $, les exportations totales d'abats et d'issues atteignant 611 511 $ entre 1994 et 1999.

Comme en République tchèque, l'exportateur canadien de sperme de bovins Semex a formé une coentreprise avec la société slovaque Insemas.

Les exportations canadiennes d'aliments pour chiens et chats ont augmenté pour atteindre en 1999 une part de 10,4 % du marché des importations, soit une valeur de 265 005 $. Ce montant était plus que le double de celui des années précédentes et le plus élevé enregistré depuis 1995, lorsque les exportations de ce produit ont atteint 163 103 $.

Slovénie

Entre 1994 et 1999, les exportations canadiennes de boissons alcoolisées vers la Slovénie ont consisté en

whisky, sauf en 1999, lorsqu'elles ont aussi inclus environ 1 000 $ d'autres boissons alcoolisées. Les exportations de whisky canadien sur ce marché ont atteint un sommet en 1997, soit 1,1 million de dollars, correspondant à une part de 6 % du marché des importations de whisky cette année-là. Les ventes ont retombé à 791 700 $ l'année suivante puis de nouveau à 199 500 $ en 1999, lorsqu'elles n'ont alors représenté que 1,3 % du marché des importations.

Bien que les exportateurs canadiens n'aient pas expédié de sperme de bovins en Slovénie en 1999, les exportations ont atteint en 1998 une valeur de 155 000 $, correspondant à 42,3 % du marché des importations cette année-là. En 1995, 1996 et 1998, le Canada a été l'unique fournisseur de sperme de bovins laitiers à la Slovénie, Ses exportations dépassant 73 000 $ chaque année.

Avantage concurrentiel attribuable aux politiques et aux initiatives du gouvernement du Canada

Programme Commerce agroalimentaire (PCA)

Commerce agroalimentaire est un programme de contributions à frais partagés ayant pour but d'aider l'industrie agroalimentaire canadienne dans ses activités reliées à la préparation à l'exportation, à l'accès aux marchés et au développement des marchés d'exportation. Il vise également à augmenter les ventes de produits agricoles, d'aliments et de boissons sur les marchés canadiens et étrangers.

Le programme Commerce agroalimentaire a pour principal objectif d'encourager les associations et les alliances agroalimentaires canadiennes à élaborer et à mettre en œuvre des stratégies sectorielles de développement des marchés d'exportation afin de renforcer la compétitivité mondiale du secteur. Pour plus de renseignements, consulter le site Web http://www.agr.ca/progser/indexf.html

Société pour l'expansion des exportations [(5)]

La Société pour l'expansion des exportations (SEE) offre des services de financement et d'assurance aux exportateurs canadiens. De plus, elle peut offrir de l'assurance pour les activités plus importantes régies par les modalités établies par l'acheteur. La SEE privilégie la formule des lettres de crédit ou celle des crédits ou garanties bancaires. L'approbation du financement est étudiée en fonction de chaque cas.

Corporation commerciale canadienne

La Corporation commerciale canadienne (CCC) offre aux entreprises canadiennes des services de financement et des modalités de paiement plus avantageuses dans le cadre du Programme de paiements progressifs (PPP). Ce programme a été instauré par la CCC de concert avec les principales institutions financières canadiennes. Il permet à la banque d'un exportateur d'établir une marge de crédit à l'intention de ce dernier, pourvu que la CCC ait approuvé le projet et que la performance de l'exportateur soit satisfaisante. La CCC agira aussi à titre d'entrepreneur principal dans l'intérêt des petites et moyennes entreprises canadiennes, assurant à ces dernières une crédibilité accrue et un avantage concurrentiel.

Programme Nouveaux exportateurs sur les marchés étrangers

Les entreprises canadiennes qui n'ont jamais exporté en Europe peuvent obtenir de l'aide dans le cadre du programme Nouveaux exportateurs sur les marchés étrangers (NEXOS). Elles peuvent apprendre les rudiments de l'exportation, obtenir des renseignements pratiques et acquérir une expérience directe des marchés en Europe. Pour plus de renseignements sur NEXOS, on peut s'adresser à la Section pour l'expansion du commerce en Europe (RENB) du ministère des Affaires étrangères et du Commerce

international (MAECI) ou visiter le site Web suivant : http://www.infoexport.gc.ca/section2/nexos-f.asp

Programme de développement des marchés étrangers

Le Programme de développement des marchés d'exportation (PDME) aide les sociétés canadiennes à pénétrer de nouveaux marchés par le partage des coûts des activités que les entreprises ne pourraient ou ne voudraient pas engager seules, ce qui permet de réduire les risques liés à la pénétration d'un marché étranger. Les activités admissibles, dont les coûts sont partagés en parts égales, sont les visites au marché visé, la participation à des foires commerciales, l'accueil d'acheteurs étrangers, la mise à l'essai de produits en vue de l'attribution de certificats, les frais juridiques liés aux accords de commercialisation à l'étranger, les frais de transport de stagiaires étrangers aux fins de formation au Canada, les frais de démonstration de produits et de production de matériel publicitaire et d'autres coûts associés à l'exécution d'une stratégie de développement du marché.

La contribution remboursable du PDME varie entre 5 000 et 50 000 dollars. La préférence est accordée aux entreprises dont le chiffre d'affaires annuel est supérieur à 250 000 dollars mais inférieur à 10 millions de dollars ou qui ont moins de 100 employés, dans le secteur de la fabrication, ou moins de 50 employés, dans le secteur des services. Les autres éléments du programme ont trait à la préparation de soumissions dans le cadre d'appels d'offres pour des projets d'immobilisation internationaux et aux activités de commercialisation à l'étranger organisées par des associations commerciales pour leurs membres. Pour plus de renseignements, on peut visiter le site http://www.infoexport.gc.ca/pemd-e.asp ou composer le 1 888 811-1119.

WIN Exports

Les exportateurs sont encouragés à s'enregistrer dans *WIN Exports*. Cette banque de données sur les exportateurs canadiens et leurs capacités est utilisée par les délégués commerciaux du monde entier et par les partenaires commerciaux d'Équipe Canada pour jumeler des fournisseurs canadiens à des occasions d'affaires internationales et partager des renseignements au sujet de manifestations commerciales. Pour vous inscrire ou pour obtenir d'autres renseignements, visitez le site Web http://www.infoexport.gc.ca/winexports/menu-e.asp ou téléphonez au 1 888 811-1119.

CLIENTS DU SECTEUR PRIVÉ

Les habitudes de consommation en République tchèque et en Hongrie semblent indiquer que les achats dépendent du revenu plutôt que du prix. La demande de produits alimentaires peu coûteux et coûteux a augmenté tandis que les ventes de produits à prix modéré ont diminué. La décision des Tchèques d'acheter des produits de qualité supérieure dépend de plus en plus de la qualité, de l'emballage et de la reconnaissance de la marque. Toutefois, la marque ne joue pas un rôle déterminant dans les achats des Hongrois. Ces derniers hésitent généralement devant des produits, noms et emballages nouveaux, surtout lorsque cela s'accompagne d'un prix plus élevé. Les détaillants ne peuvent pas se fier au pouvoir de la marque pour effectuer des ventes et exiger des prix supérieurs en Hongrie, de la même façon que dans les autres pays européens.

En 1998, les ménages tchèques ont consacré 26,4 % de leur revenu à l'alimentation, ce qui correspondait au poste le plus élevé des dépenses du ménage, y compris le logement (qui correspondait à 19,4 % des dépenses). Les consommateurs qui vivent dans les centres urbains sont plus portés à acheter des produits importés étant donné la présence accrue de ces produits dans les magasins d'alimentation, les supermarchés et les hypermarchés. Plus de 60 % des citadins ont tendance à faire leurs achats surtout dans des

supermarchés et moins souvent dans de petits magasins.

CLIENTS DU SECTEUR PUBLIC

Règles relatives aux marchés publics (6)

Hongrie

La Hongrie n'est pas partie au Code des marchés publics de l'OMC, ce qui a causé plusieurs différends internationaux résultant en des actions juridiques fondées sur la non-transparence et les irrégularités de procédure dans les achats du gouvernement hongrois.

L'accès aux marchés publics de construction, de service ou de soutien est réglementé par la loi sur les marchés publics de novembre 1995, qui a accru les obligations de transparence dans les marchés publics. Il faut lancer des appels d'offres pour acheter des produits d'une valeur supérieure à 630 000 $ (10 millions HUF -- forint hongrois); toutefois, les offres comportant moins de 50 % de contenu hongrois sont considérées comme l'équivalent d'offres sans contenu hongrois, qui sont jusqu'à 10 % inférieures aux autres qui en comportent plus de 50 %. Les achats réputés comporter un élément de secret d'État sont soustraits à l'application de ces règlements.

Le secteur de forêts (public et privé) de la Hongrie et ses activités doivent respecter les règles énoncées dans la « Loi n° LIV de 1996 sur les forêts et la protection des forêts ».

Les forêts publiques sont gérées et surveillées par le Service forestier de l'État. Quand à eux, les propriétaires de forêts privées appartiennent à la FAGOSZ, fédération nationale des forêts. La base de données de la FAGOSZ contient actuellement le nom de quelque 7 300 entreprises qui oeuvrent dans le secteur des forêts et du bois en Hongrie. Les activités sont exécutées par les membres de la FAGOSZ et du Service de forêts de l'État.

LOGISTIQUE DU MARCHÉ

Circuits de distribution

Les pays qu'englobe le présent rapport ont des circuits de distribution au détail et de gros qui se développent selon les normes occidentales. On constate une baisse du nombre de boutiques et un accroissement de la taille moyenne des magasins ainsi que du nombre de nouveaux hypermagasins. En Hongrie, en1998, les magasins d'une superficie supérieure à 400 m^2 ont enregistré plus de la moitié des ventes au détail d'épicerie, tandis que 25 % des ventes totales ont été réalisées par les magasins d'une superficie supérieure à 1 000 m^2.

Ventes directes

Les ventes directes aux détaillants sont rares étant donné que ces derniers achètent leurs marchandises surtout auprès des grossistes locaux. Toutefois, Tesco, un grand détaillant britannique comptant des

magasins dans les pays de l'ECE, importe directement et a un bureau à Prague qui s'occupe des décisions d'achat pour ses magasins en République tchèque et en République slovaque.

Distributeurs et grossistes

Le marché du détail tchèque est fragmenté et a un réseau de distribution médiocre, mais c'est aussi sur ce marché qu'on trouve le plus de produits étrangers de tous les pays d'Europe centrale et de l'Est. Plus de 20 % du marché est entre les mains de grandes chaînes internationales tandis qu'une autre part de 20 % est dominée par la Czech Marketing Distribution (CMD), une alliance de sociétés intérieures et étrangères. Conscientes de la menace que les grandes chaînes internationales pourraient présenter en ce qui concerne la part du marché, de nombreuses sociétés de taille moyenne ont formé la chaîne d'achat CMD pour tenter d'attirer les sociétés étrangères désireuses d'éviter le circuit typique de distribution en gros.

En Hongrie, les détaillants, y compris les chaînes multinationales, effectuent leurs importations surtout par l'entremise de sociétés de commerce étranger et de grossistes intérieurs. Le commerce de gros des aliments et boissons est passablement concentré; on dénombre en effet 11 « partenariats d'achat » menés par des détaillants, qui s'occupent de plus de 70 % du chiffre d'affaires total. Ces sociétés d'achat peuvent influencer le prix des aliments intérieurs et importés et exiger des frais différents selon qu'il s'agit d'un fournisseur intérieur ou étranger. Ces frais incluent par exemple des frais de présentation, pour ajouter un nouveau produit à l'inventaire du détaillant, un coût d'étalage, pour garder le produit sur l'étagère du magasin, et des contributions au développement du marketing et du réseau de magasins.

Les délégués commerciaux canadiens dans les pays visés peuvent donner certaines indications quant aux sociétés de bonne réputation avec lesquelles traiter. Toutefois, en règle générale, on encourage les exportateurs canadiens à offrir leurs produits aux partenariats d'achat qui s'occupent des grands détaillants ou au réseau national des importateurs/distributeurs. Les importateurs indépendants peuvent également offrir un bon service, mais il faut toujours être attentif aux frais excessifs qu'un distributeur peut exiger.

Quelques fabricants canadiens d'aliments pour animaux domestiques, comme Maple Lodge Farms, ont étendu leurs marchés d'exportation à la République slovaque en recourant à des distributeurs tchèques.

Agents et représentants

Lorsqu'il est impossible d'établir une filiale de ventes, il est recommandé de recourir à des agents et des distributeurs locaux en République tchèque, en Hongrie, en République slovaque et en Slovénie. Les agents ou représentants peuvent souvent intervenir au nom du producteur canadien et offrir les produits directement aux magasins de détail, contournant ainsi les grossistes. Les chaînes de supermarchés et d'hypermarchés sont souvent les établissements les plus ouverts et aptes à introduire de nouveaux produits sur le marché, surtout des légumes, de la viande et des produits du poisson.

Coentreprises

Plusieurs sociétés canadiennes ont réussi à pénétrer les marchés des pays de l'ECE en formant des coentreprises avec des sociétés locales. Par exemple, Semex, le fournisseur de matériel de zoogénétique, a formé une coentreprise avec des sociétés tchèques, slovaques et hongroises et s'est imposé comme un fournisseur fiable de matériel génétique bovin. Il existe vraisemblablement de nombreuses possibilités pour les sociétés canadiennes de prendre des dispositions analogues avec des sociétés intérieures, ce qui pourrait être un avantage pour les fournisseurs canadiens lorsque ces pays adhéreront à l'Union européenne.

Une des déficiences générales qui existent dans les pays de l'ECE est le manque d'expertise en gestion, surtout dans le domaine du marketing. Cela se répercute grandement sur l'efficience de la chaîne de distribution et peut retarder la mise en marché d'un produit. Bien que le marketing soit devenu un concept populaire, les gestionnaires se concentrent fréquemment sur l'importance de satisfaire aux exigences du grossiste plutôt qu'à celles des consommateurs. Bien que la situation s'améliore, peu de gestionnaires possèdent une bonne stratégie de marketing, une connaissance solide du marché ou des concurrents ou une idée claire de la façon de créer des images de marque. Les exportateurs canadiens qui envisagent de former des entreprises avec des sociétés des pays de l'ECE doivent être conscients de ces obstacles et coordonner leurs démarches avec leurs partenaires pour remédier à toute déficience éventuelle.

Magasins d'alimentation au détail

République tchèque

Le marché tchèque de la vente au détail d'aliments a connu une importante transformation dans les années 1990 avec l'ouverture de plusieurs grandes chaînes de magasins et le début d'un processus continu d'expansion. Le démantèlement des sociétés d'État, l'accroissement de la privatisation et le regroupement subséquent des coopératives en vastes unités ont favorisé l'entrée de grandes chaînes étrangères. La concentration, sur le marché tchèque, s'accélère, et de nombreux petits magasins ont de la difficulté à soutenir la concurrence étant donné que les consommateurs changent leurs habitudes d'achat et optent de plus en plus pour les grands supermarchés.

En 1998, 100 nouveaux supermarchés ont ouvert leurs portes, ce qui a porté le nombre de magasins à 400; la même année, les supermarchés ont réalisé 7,5 % des 11,2 milliards de dollars de ventes au détail d'aliments, tandis que 7 hypermarchés ont réalisé 1,1 % des ventes. Les magasins d'alimentation indépendants ont connu une baisse marquée de leur chiffre de ventes total, leur part du marché tombant de 60,7 % des ventes en 1993 à 28,2 % (8 milliards de dollars) en 1998. Cette baisse des ventes et de la part du marché est d'autant plus importante pour les magasins d'alimentation indépendants que le nombre de magasins a en fait augmenté de 48 % depuis 1993 pour atteindre 69 100 en 1998. Les détaillants affiliés et les autres magasins qui se sont regroupés pour former des chaînes volontaires (76 200 magasins en 1998) ont réalisé 47,2 % des ventes d'aliments au détail en République tchèque en 1998, en hausse par rapport aux 12 % des ventes enregistrées en 1993.

En République tchèque, en raison de la nature des supermarchés, un produit connaîtra un certain succès s'il est exposé sur les étagères. La plupart des grands détaillants effectuent leurs achats par l'entremise d'un grossiste local, bien que de nombreuses chaînes internationales aient établi leur propre réseau d'entreposage et de distribution, évitant ainsi la plupart des problèmes de distribution. Les exportateurs canadiens de produits alimentaires à valeur ajoutée ont intérêt à établir de bonnes relations avec des grossistes intérieurs pour obtenir un traitement plus favorable par les supermarchés.

Tandis que les supermarchés jouissent d'une popularité croissante dans les centres urbains, les coopératives réalisent 80 % de leurs recettes dans les régions rurales. Toutefois, les coopératives ont été confrontées au même défi posé par les magasins d'alimentation indépendants, les filiales de détaillants et, à un moindre degré, les grands magasins internationaux. En 1993, elles ont réalisé 9,3 % de toutes les ventes au détail d'aliments, mais cette part est tombée à 2,8 % en 1998. La privatisation de certains magasins explique en partie cette diminution, mais la tendance à la baisse existait déjà. C'est pourquoi, en 1998, la fédération des coopératives tchèques et moraves a prévu de commencer à consolider les magasins pour former de grandes unités.

En République tchèque, les détaillants jouissent ordinairement d'une position plus vigoureuse que les fournisseurs ou grossistes, en raison de l'absence de concentration dans ces derniers secteurs, ce qui signifie que les fournisseurs doivent payer des prix élevés pour que leurs produits soient exposés sur les étagères des magasins. Moins la marque est connue ou moins l'article est indispensable, plus les frais de présentation sont élevés. Ordinairement, il n'y a pas de frais exigés pour les marques bien connues dont l'absence pourrait nuire au succès du magasin.

Les produits intérieurs bénéficient de l'avantage concurrentiel que constitue un prix inférieur à celui des produits importés, mais ceux-ci peuvent souvent satisfaire à des créneaux pour lesquels il n'existe guère ou pas de concurrence. Il y a par exemple des débouchés pour les producteurs canadiens de beurre d'arachide, de maïs à souffler au micro-onde, d'aliments mexicains (p. ex. salsa, tortillas), de sirop d'érable relativement moins coûteux et de fruits secs et de noix ainsi que d'autres produits ayant une longue durée de vie qui sont spéciaux ou qui peuvent soutenir la concurrence exercée par les produits de fournisseurs européens.

Il existe très peu de dépanneurs en République tchèque, bien que les magasins dans les stations-service, qui sont devenus très populaires au cours de la dernière décennie, commandent ordinairement des stocks d'aliments par l'entremise d'une société mère.

République slovaque

Les magasins d'alimentation, qui, à l'époque communiste, faisaient partie d'un réseau national de magasins indépendants, ont été privatisés dans les années 1990. La privatisation a entraîné un démantèlement de la chaîne, bien que les magasins soient demeurés populaires parmi les consommateurs qui y achètent presque tous leurs aliments. Des chaînes multinationales de supermarchés ont fait leur apparition, mais n'ont pas acquis une part importante du marché de détail étant donné qu'ils sont situés en dehors du centre de la ville ou en dehors de la ville carrément. Les petits magasins indépendants continuent à représenter près de 75 % de toutes les ventes au détail d'aliments, qui, en 1998, ont atteint 4,6 milliards de dollars, tandis que les supermarchés et les hypermarchés n'ont représenté respectivement que 6,7 % et 2,3 %.

En République slovaque. l'industrie de la vente au détail d'aliments n'a pas suivi la tendance à la concentration et à la création d'alliances qui s'est produite en République tchèque. Cela est vraisemblablement dû au fait que le nombre de magasins indépendants a augmenté, tout comme les ventes et la part de marché. En 1998, on dénombrait 17 200 magasins indépendants, alors qu'il n'y en avait que 6300 en 1993. Par contre, il y avait 400 supermarchés en 1998, alors que les hypermarchés ont été introduits en République slovaque seulement en 1996 et qu'il y en a moins de 100.

Facteurs à considérer pour accéder au marché

Lorsqu'elle se penche sur la question du prix d'un produit, une société canadienne a intérêt à prévoir une fluctuation raisonnable dans le taux de change entre le Canada et l'Europe (à supposer que le prix soit indiqué dans une devise européenne). L'accroissement de la valeur relative du dollar canadien est probable et doit entrer en ligne de compte dans toute décision relative aux prix.

La société qui s'interroge sur le prix à exiger pour ses produits doit tenir compte de la solvabilité non seulement de la société importatrice mais aussi du pays importateur. Une bonne source d'information à ce sujet est le *Guide des risques et occasions dans les pays* de la SEE.

Publicité

Dans tous les pays de l'ECE, il est permis de faire de la publicité au sujet des produits alimentaires dans n'importe quel média. Toutefois, les lois sur la publicité entourant les boissons alcoolisées varient selon le pays.

En République tchèque, aucune restriction générale ne s'applique à la publicité sur les boissons alcoolisées, bien qu'il existe des restrictions précises interdisant la publicité axée sur les enfants ou visant à stimuler la consommation.

En Hongrie, les règlements sont beaucoup plus précis; ils interdisent par exemple l'utilisation d'images représentant des jeunes ou l'affichage de réclames sur des boissons alcoolisés près d'écoles et ou de centres pour jeunes. La publicité est permise à la télévision et sur les panneaux-réclame partout dans le pays, et ces deux techniques ont été utilisées avec succès par les fabricants hongrois. Aucune déclaration au sujet des risques pour la santé n'est exigée sur les emballages, affiches ou autres supports publicitaires.

En République slovaque, on peut annoncer les boissons alcoolisées sur des panneaux-réclame, mais la bière est la seule boisson qui peut être annoncée à la télévision ou à la radio.

Pratiques commerciales proposées

Les exportateurs canadiens désireux de pénétrer les marchés de l'ECE ont intérêt à bien comprendre la culture commerciale locale et les préférences des consommateurs, idéalement en établissant d'étroites relations professionnelles avec des partenaires éventuels.

Avant l'établissement d'un niveau de confiance et de bonnes relations personnelles, il se peut que les réunions d'affaires initiales avec des homologues tchèques ne soient pas excessivement cordiales et qu'elles se déroulent dans une ambiance de sérieux et sur un plan strictement professionnel. Par contre, les gens d'affaires slovaques mènent des affaires dans un style qui combine celui de l'Europe de l'Ouest et celui de l'Amérique du Nord. Pour mener de bonnes affaires en République slovaque, il faut généralement établir de bonnes relations personnelles et un niveau de confiance. Durant les réunions avec des représentants d'affaires, il faut ordinairement porter un toast d'accueil. Une conversation sociale générale avant de passer aux affaires est aussi la norme en République slovaque. Comme la Slovénie n'était pas pleinement intégrée au bloc de l'Est sous l'Union soviétique, les affaires y étaient menées suivant un système économique « d'autogestion ». Elles suivent donc un style qui tend à concentrer le pouvoir décisionnel au niveau de la haute direction. En principe, il ne faut pas considérer que les négociations sont conclues avant qu'elles aient été confirmées par le directeur général ou un décideur reconnu de la société.

L'anglais est la langue des affaires en République tchèque, en République slovaque, en Hongrie et en Slovénie. Bon nombre de gens d'affaires dans certaines régions de chacun de ces pays parlent également l'allemand. L'usage du russe, qui est aussi largement compris, n'est toutefois pas encouragé en raison de l'image de l'influence de l'ancienne Union soviétique que cela pourrait évoquer.

Les sociétés canadiennes doivent aussi garder à l'esprit qu'elles risquent de connaître des retards dans l'exécution et l'approbation des projets lorsqu'elles mènent des coentreprises avec des sociétés locales. Les exportateurs doivent donc s'assurer que toutes les parties ont convenu pleinement des dispositions d'affaires avant d'effectuer des activités. Les sociétés canadiennes sont aussi exhortées à avoir recours aux services d'un avocat qui connaît le marché avant de signer un contrat.

Les exportateurs canadiens doivent tenir compte des préférences d'achat des clients de l'ECE, surtout en ce qui concerne le prix, la qualité et les modalités de paiement pour commercialiser leurs produits et services

dans la région. Il faut également discuter d'un moyen acceptable d'assurer un service après vente de qualité.

Pour ce qui est des activités commerciales menées à distance, il ne faut pas oublier que les normes de communications dans les pays de l'ECE sont souvent inférieures à celles qu'on trouve au Canada. Il faut assurer le suivi de toute lettre ou de tout envoi par télécopieur pour s'assurer qu'ils ont été reçus par le destinataire; en outre, il faut souvent s'y prendre à plusieurs fois pour envoyer un message par télécopieur ou faire un appel téléphonique.

Règlements en matière d'importation

Pour obtenir des renseignements sur les tarifs qui s'appliquent actuellement à certains produits ou des renseignements sur les règlements en matière d'importation supplémentaires à ceux que renferme ce document, les exportateurs canadiens sont priés de communiquer avec la Direction des droits de douane et de l'accès aux marchés (EAT) du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international.

Documentation

Permis d'importation - Le ministère du Commerce international de chaque pays est chargé de la délivrance des permis d'importation aux entreprises désireuses d'importer des produits en République tchèque, en République slovaque, en Hongrie et en Slovénie. De nombreux produits et services sont soustraits à l'obligation d'obtenir un permis, et, dans certains cas, l'obtention d'un permis n'est qu'une formalité. Toutefois, nous conseillons aux exportateurs d'effectuer des recherches pour déterminer si leur produit exige l'obtention d'un permis ainsi que pour connaître le délai de réception de celui-ci.

Facture commerciale - La facture doit être établie par le fabricant ou le vendeur dans le pays d'origine et porter les indications suivantes : adresse complète de l'expéditeur, du vendeur et du consignataire; numéro du permis d'importation et autres numéros de référence; date de la commande; date d'expédition; modalités de livraison et de paiement; description complète de la marchandise et marque.

Facture pro forma - Cette facture est nécessaire pour demander un permis d'importation, et l'original doit être notarié. Elle doit inclure une description complète des biens et les éléments suivants :

- nom et adresse du fabricant ou de l'exportateur;
- vérification signée du fait que les prix des produits sont les prix actuellement exigés pour l'exportation vers n'importe quel pays;
- s'il y a lieu, nom et adresse de l'agent, du distributeur, du représentant ou du concessionnaire dans le pays d'importation et indication de la commission exigible;
- prix unitaire, prix total, fret, assurance et autres frais;
- s'il y a lieu, indication du fait qu'il n'existe pas pour les produits facturés des catalogues publiés ou des listes de prix.

Connaissement - Le connaissement doit être non négociable, numéroté et daté. Une copie doit être jointe à chaque facture commerciale. Le connaissement doit porter le numéro du permis d'importation et sa date d'expiration de même que les frais de fret, écrits en chiffres et en lettres.

Certificat phytosanitaire - Tous les produits agricoles d'origine végétale qui entrent en République tchèque, en République slovaque, en Hongrie et en Slovénie doivent être accompagnés d'un certificat phytosanitaire du pays d'origine. Les essais peuvent être menés par les autorités du pays de destination, pour éviter d'importer toute infection. On peut obtenir les règlements sur les normes phytosanitaires auprès du

ministère de l'Agriculture du pays visé.

L'importation d'animaux vivants et de viande est aussi très réglementée, la plupart des pays exigeant un permis vétérinaire ou un autre certificat d'inspection sanitaire. En général, les exportateurs canadiens doivent satisfaire aux normes sanitaires et phytosanitaires de l'UE pour que l'importation de leurs produits soit permise.

Documentation spéciale - Divers documents spéciaux sont exigés pour l'importation de produits particuliers dans chacun des pays. Les exportateurs sont encouragés à consuler des agents locaux pour s'assurer de satisfaire aux exigences documentaires s'appliquant à leurs produits.

Tous les documents doivent accompagner le produit lorsque celui-ci entre en douane et doivent être correctement remplis pour éviter des retards et (ou) des amendes. Souvent, les pays de l'ECE exigent que tous les documents d'importation soient établis dans la langue principale du pays pour accélérer le traitement douanier, bien que les exportateurs puissent aussi fournir des versions anglaises. Les exportateurs ont intérêt à consulter les importateurs pour connaître le nombre d'exemplaires de chaque document qu'ils doivent fournir.

Tarifs et taxes

République tchèque

La République tchèque fait partie de l'Organisation mondiale du commerce et elle a adopté un code tarifaire dont le taux tarifaire moyen est d'environ 5 %. Une taxe à la valeur ajoutée (TVA) s'applique également aux produits intérieurs et importés vendus dans le pays. Généralement, le taux est de 22 %, bien qu'une TVA inférieur de 5 % s'applique à de nombreux produits alimentaires. Des taxes d'accise sont imposées sur les boissons alcoolisées produites ou importées en République tchèque. En outre, le droit d'importation sur la bière et le vin est d'environ 70 %, bien que les spiritueux soient assujettis à un droit d'importation de près de 90 %.

Onze zones de libre-échange ont été établies dans plusieurs villes de la République tchèque. Les produits non finis exportés vers une zone de libre-échange ne sont pas assujettis aux droits de douane ou à la TVA. Les droits ne s'appliquent qu'à la valeur déclarée des produits s'ils sont dédouanés en vue d'une libre circulation en République tchèque.

Hongrie

Les produits intérieurs et importés sont également assujettis à la TVA (appelée aussi la « taxe générale sur le chiffre d'affaires »). Le taux habituel est de 25 %, mais un taux réduit de 12 % s'applique à la plupart des produits alimentaires et agricoles. L'assiette fiscale de la TVA est la somme de la valeur en douane, des droits de douane, des frais et de la taxe à la consommation.

Il y a trois différents niveaux de taxes qui s'appliquent aux boissons alcoolisées. Un droit d'accise inclus dans le prix de 12 % s'applique au vin tandis que le droit d'accise pour la bière et les spiritueux est d'environ 70 %. Il se peut que les taxes d'accise soient graduellement augmentées pour compenser les déséquilibres budgétaires. Les trois types de boissons alcoolisées sont également assujettis à une TVA de 25 %. Une taxe à la consommation s'applique également à certains vins et s'ajoute aux taxes d'accise s'appliquant à toutes les boissons alcoolisées. La taxe à l'importation actuelle sur les boissons, qui est tombée à 68 % en 1998, sera abrogée après l'adhésion de la Hongrie à l'Union européenne.

Il faut apposer sur tous les contenants de boissons alcoolisées une étiquette indiquant que celles-ci ont été produites par une entité légale et contribuable. Ce règlement a été adopté pour tenter de combattre le marché noir des boissons alcoolisées. La bière dont la teneur en alcool est inférieure à 5 % et le vin sont soustraits à l'application de ce règlement.

Les importations de matériel de génétique animal en provenance de pays autres que ceux de l'UE sont assujetties à un droit de douane de 18 %.

République slovaque

Les produits agricoles sont assujettis aux restrictions du ministère de l'Agriculture. Comme la République slovaque a négocié des droits relativement faibles, le marché intérieur est protégé par l'application de politiques douanières, non tarifaires et d'octroi de licences qui sont conformes aux règlements de l'OMC et du Fonds monétaire international. Les droits de douane sur les importations de vin sont tombés jusqu'à 37,5 % en 1999 sur des contenants d'un maximum de 2 L. Toutefois, les droits de douane sur le vin nécessitant une transformation supplémentaire dépassent 70 %. Les droits d'importation élevés sur les boissons alcoolisées rendent souvent les importations beaucoup plus coûteuses que les marques nationales, ce qui crée un net avantage sur le marché pour les marques nationales ou celles qui sont importées de la République tchèque dans le cadre de l'union douanière entre les deux pays.

Une bonne part de la nouvelle législation fiscale de la République slovaque subit des transformations en profondeur. Elle est basée en grande partie sur des méthodes et des pratiques élaborées dans l'Union européenne et peut être aussi connue des investisseurs étrangers. Les sociétés et les particuliers doivent payer l'impôt sur le revenu; une taxe à la valeur ajoutée s'applique aux activités commerciales, y compris aux importations (à moins que les produits et services ne soient exemptés, la TVA s'applique au taux de 6 % ou de 23 %); les employeurs et les salariés doivent cotiser à divers fonds de sécurité sociale; enfin, les propriétaires d'immeubles doivent verser un impôt foncier.

Dans une zone de libre-échange de 12 hectares, à Kosice, on envisage d'élargir et d'intensifier la coopération avec la Hongrie et l'Ukraine. Une seconde zone de libre-échange plus vaste est prévue pour Bratislava. Bien que la zone actuelle ne soit pas un facteur important dans l'économie slovaque, elle peut être intéressante pour les exportateurs canadiens qui envisagent réaliser des activités en République slovaque et qui ont l'intention de développer le commerce avec les États voisins.

Slovénie

Une taxe d'accise s'applique aux importations de boissons alcoolisées, de vins et de produits du tabac. Le gouvernement slovène peut prescrire des tarifs douaniers autonomes ou tarifs saisonniers, pour les produits agricoles non transformés à condition que les obligations douanières totales ne dépassent pas celles qui sont adoptées dans le cadre du GATT ou de l'OMC. Les tarifs saisonniers s'appliquent uniquement durant la saison de production des produits en question.

Étiquetage

Les lois relatives à l'étiquetage dans chaque pays s'appliquent rigoureusement et exigent généralement que les étiquettes apposées sur les produits alimentaires fournissent les renseignements pertinents dans la langue principale du pays mais elles permettent aussi fréquemment que les étiquettes renferment également des renseignements en anglais. La République tchèque et la Slovénie ont harmonisé leurs exigences d'étiquetage avec l'Union européenne. Les exportateurs peuvent s'attendre à ce que la Hongrie et la République slovaque achèvent leur harmonisation d'ici deux ans. Les étiquettes doivent inclure les

éléments suivants :

- nom du produit;
- nom et adresse du producteur (ou de l'importateur);
- quantité nette;
- date de péremption (s'il y a lieu);
- exigences spéciales en matière d'entreposage;
- toute exigence spéciale en matière d'utilisation lorsqu'il y a risque pour le consommateur;
- liste des ingrédients et (ou) des additifs;
- teneur énergétique et valeur nutritive;
- symbole d'approbation de l'établissement d'hygiène alimentaire national.

Normes, certificats et enregistrements locaux

En conformité avec les exigences d'adhésion à l'UE, la plupart des pays requérants ont entrepris d'harmoniser leurs normes en fonction des normes européennes et internationales. La série de normes 9000 de l'Organisation internationale de normalisation (ISO) sont de plus en plus utilisées comme preuve de la grande qualité d'un produit. En attendant que cette harmonisation soit achevée, la plupart des pays appliquent leurs normes nationales auxquelles les importations doivent satisfaire.

Hongrie

Tous les importateurs et exportateurs doivent produire le document VAM 91, qu'on peut obtenir auprès des douanes hongroises. Ce document sert de déclaration du type et du nombre de produits importés ou exportés. Il faut indiquer sur le VAM 91 le numéro de code des produits, qui indique leur classification. On peut obtenir ce numéro auprès du bureau central de la statistique.

L'importateur doit avoir un document de certification de l'institut de contrôle de la qualité commerciale (KERMI) si les produits importés sont destinés aux consommateurs. Les produits qui ne sont pas accompagnés des permis de KERMI ne seront pas dédouanés. KERMI peut reconnaître les documents provenant d'autres organismes d'essai et de certification hongrois comme preuve de la qualité et de la sécurité des produits.

Il y a également deux types de normes qui s'appliquent en Hongrie : les normes nationales et les normes sectorielles. Les normes nationales sont produites par l'organisation hongroise de normalisation et elles sont conformes aux normes internationales, comme celles de l'Accord relatif aux obstacles techniques au commerce (Code des normes) du GATT et de l'ISO. Les normes sectorielles sont publiées par les divers ministères et organismes gouvernementaux. Les produits alimentaires importés en Hongrie doivent être vérifiés et approuvés par l'institut national de l'hygiène alimentaire et de la nutrition (OETI). L'OETI examine, essaie et certifie divers produits alimentaires et additifs. Le fabricant intérieur ou l'importateur doit présenter une demande à l'institut en vue de faire effectuer les essais analytiques, toxicologiques et d'efficience nécessaires. Après les essais, un numéro d'enregistrement est attribué au pays qui peut également être indiqué sur l'étiquette du produit. Le certificat n'est valide que pendant trois ans et doit être renouvelé si l'on veut continuer à distribuer le produit.

Les règlements en matière d'importation limitent ou retardent fréquemment les importations d'animaux reproducteurs, de sperme et de semence. L'institut d'homologation agricole et le ministère de l'Agriculture imposent des limites minimales à la valeur de reproduction pour le sperme d'importation et exige des essais répétés avant d'autoriser le distribution des produits importés.

République slovaque

Les exigences en matière de documentation de la République slovaque sont harmonisées avec les normes de l'UE, et la documentation commerciale ressemble à celle exigée dans les pays de l'UE. Le bureau slovaque des normes, de la métrologie et des essais (OSMT) est chargé des essais obligatoires et volontaires des produits. Dans le cas des produits alimentaires, les essais sont obligatoires, et les aliments importés doivent être accompagnés d'un certificat indiquant leur conformité avec les règlements applicables. L'OSMT peut tenir compte des rapports sur les essais effectués à l'étranger.

Slovénie

On peut obtenir auprès de l'institut des normes et de la métrologie de la République de Slovénie (SMIS) la liste des règlements techniques sur la certification obligatoire et des renseignements sur les établissements chargés de la certification en Slovénie.

Les produits auxquels s'appliquent les règlements techniques exigeant une certification obligatoire (p. ex. certificats sanitaires et de santé) doivent être accompagnés d'un certificat indiquant leur conformité avec le règlement applicable. Les certificats sont délivrés à la lumière d'un rapport d'essai provenant du SMIS et des établissements accrédités autorisés par le ministère compétent. Si le produit a déjà fait l'objet d'essais à l'étranger, il se peut que l'établissement chargé d'émettre les certificats en Slovénie tienne compte des rapports d'essais.

Authentification des documents

Les documents devant être authentifiés, comme les certificats de vente et les lettres autorisant l'agent local d'un exportateur ou un importateur à agir en son nom, doivent d'abord être notariés au Canada. Les exportateurs peuvent ensuite faire authentifier les documents notariés, sans frais, en les envoyant à la Section de l'authentification et de la signification des documents (JLAC) du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international.

Risques associés au crédit à l'exportation, restrictions sur les lettres de crédit et contrôle des devises

Diverses institutions financières internationales, comme la Banque européenne pour la reconstruction et le développement (BERD), la Banque mondiale et la Société financière internationale (SFI), ont des programmes de financement de projets et interviennent dans les pays de l'ECE.

Hongrie

Les méthodes de paiement habituelles incluent les virements ou le contre-remboursement. En cas de remise sur les prix, on privilégie le paiement anticipé. Le coût du financement local est élevé.

République slovaque

La plupart des sociétés slovaques financent leurs achats au moyen de prêts bancaires ou à partir de leurs propres sources.

Slovénie

Le manque général de fonds de roulement, combiné au coût élevé des prêts, explique que de plus en plus

de fournisseurs ne se font pas payer. Nous exhortons les sociétés canadiennes à obtenir une lettre de crédit confirmée avant de conclure des affaires avec un nouveau partenaire local.

ACTIVITÉS PROMOTIONNELLES

Événement/Description	Organisateur
UKBA 2000 4-7 mars 2001 (annuel) Budapest, Hongrie 11e Foire commerciale internationale pour les marchés de la confiserie, de la boulangerie et de la gastronomie.	Hungexpo Co.Ltd. Projet UKBA H-1441 Budapest, Hongrie Pf. : 44 Tél. : (36-1) 263-6074/5 Téléc. : (36-1) 263-6435 Personne-ressource : Martin Szebeni, directeur de projet Courriel : foodapest@hungexpo.hu Internet: http://www.ukba.hu/eng_index.html
Food Ingredients Central & Eastern Europe 9-11 mai 2000 (annuel) Varsovie, Pologne (Le lieu change chaque année.) Dernières tendances et innovations dans l'industrie des ingrédients alimentaires de l'Europe centrale et de l'Est.	Miller Freeman BV C.P. 200 3600 AE Maarssen Pays-Bas Tél. : (31-346) 559-444 Téléc. : (31-346) 573-811 Personne-ressource : Ivonne Twigt Courriel : fi@unmf.com Internet: http://www.fi-events.com
Agrokomplex 2000 17-23 août 2000 (annuel) Nitra, République slovaque 27e Foire commerciale internationale pour l'industrie agricole et alimentaire.	AGROKOMPLEX - Výstavníctvo OS 1 (groupe commercial) Výstavná 4 SK-949 01 Nitra, République slovaque Courriel : agrokomplex@agrokomplex.sk Internet: http://www.agrokomplex.sk/akcie/ax2000_eng/index.htm
ZEME ZIVITELKA 2000 (BREADBASKET) 24-24 août 2000 Ceske Budejovice, République tchèque Foire agricole internationale.	Vystaviste Ceske Budejovice, a.s. Husova 523, 370 21 Ceske Budejovice, République tchèque Tél. : (420-38) 771-4911 ou (420-38) 771 4207 Téléc. : (420-38) 771-4263 Courriel : info@vystavistecb.cz
Foodapest 2000 28 novembre - 1er décembre 2000 (biennial) Budapest, Hongrie Nouveautés en matière d'alimentation, de boissons, de technologie alimentaire, de services et de renseignements.	Hungexpo Co.Ltd. Foodapest Project H-1441 Budapest, Hongrie Pf. : 44 Tél. : (36-1) 263-6074/5 Téléc. : (36-1) 263-6435 Personne-ressource : Martin Szebeni, directeur de projet Courriel : foodapest@hungexpo.hu Internet: http://www.foodapest.hu/index_n_eng.html

Foires gastronomiques internationales 6-9 mars 2001 Brno, République tchèque **Salima** - 22e Foire gastronomique internationale **Fruvex** - 5e Foire internationale de production de fruits et légumes **Vinex** - 10e Foire internationale du vin **Ibucop** - 6e Foire internationale de la meunerie, de la boulangerie, de la confiserie et de la boucherie **Inteco** - 19e Foire internationale du matériel de commerce de détail, d'hôtels et de traiteurs **Pivex** - 10e Foire internationale de la brasserie et du maltage		BVV - Foires commerciales et expositions de Brno Vystaviste 1, 647 00 Brno, République tchèque Téléc. : (420-5) 4115-3067 or (420-5) 4115-3066 Courriel : salima@bvv.cz ibucob@bvv.cz fruvex@bvv.cz pivex@bvv.cz Internet: http://www.bvv.cz
Journées de la bière tchèque 7-10 mars 2001 5-8 mars 2002 Brno, République tchèque Ventes et présentation des brasseries tchèques.		BVV - Foires commerciales et expositions de Brno Vystaviste 1, 647 00 Brno, République tchèque Téléc. : (420-5) 4115-3067 ou (420-5) 4115-3066 Courriel : salima@bvv.cz ibucob@bvv.cz fruvex@bvv.cz pivex@bvv.cz Internet: http://www.bvv.cz

PRINCIPAUX CONTACTS ET SERVICES DE SOUTIEN

Contacts au gouvernement du Canada

Agriculture et Agroalimentaire Canada
Bureau des marchés internationaux
930, avenue Carling, 10e étage
Ottawa (Ontario) K1A 0C5
Personne-ressource : Nathalie Vanasse
Tél. : (613) 759-7726
Téléc. : (613) 759-7506
Courriel : vanassen@em.agr.ca

Corporation commerciale canadienne
Centre de la Métropolitaine
50, rue O'Connor, 11e étage
Ottawa (Ontario) K1A 0S6
Tél. : 1 800 748-8191 ou (613) 996-0034
Téléc. : (613) 995-2121
Courriel : info@ccc.ca
Internet : http://www.ccc.ca

Ambassade du Canada en République tchèque
(responsable également de la République slovaque)
Mickiewiczova 6
12533 Prague 6, République tchèque
Tél. : (420-2) 7210-1800
Téléc. : (420-2) 7210-1894
Personne-ressource : Ilona Boldova
Courriel : ilona.boldova@dfait-maeci.gc.ca
Courriel : prgue@dfait-maeci.gc.ca
Internet : http://www.dfait-maeci.gc.ca/~prague

Ambassade du Canada en Hongrie
(responsabe également de la Slovénie)
Adresse civique :
Zugligeti ut 51-53
1121 Budapest, Hongrie

Adresse postale :
Budakeszi ut 32
1121 Budapest, Hongrie
Tél. : (36-1) 392-3360
Téléc. : (36-1) 392-3395
Personne-ressource : Béla Gyonyor
Courriel : bela.gyonyor@dfait-maeci.gc.ca
Courriel : bpest-td@dfait-maeci.gc.ca

Agence canadienne d'inspection des aliments
59, ch. Camelot
Nepean (Ontario) K1A 0Y9
Tél. : (613) 225-2342
Téléc. : (613) 228-6653
Courriel : cfiamaster@em.agr.ca
Internet : http://www.cfia-acia.agr.ca

Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international
125, promenade Sussex
Ottawa (Ontario) K1A 0G2
Internet : http://www.dfait-maeci.gc.ca

Section de l'authentification et de la signification de documents (JLAC)
Tél. : (613) 992-6602
Téléc. : (613) 992-2467

Direction de la Baltique, de l'Europe centrale et des pays de l'EFTA (REC)
Tél. : (613) 992-1449
Téléc. : (613) 995-8756
Personne-ressource : Pierre Boucley
Courriel : pierre.boucley@dfait-maeci.gc.ca

Section du développement des affaires en Europe (RENB)
Tél. : (613) 996-3298
Téléc. : (613) 944-1008

Direction de l'appui aux marchés (TCM)
Personne-ressource : Robert Lazariuk
Tél. : (613) 995-1773
Téléc. : (613) 943-1103
Courriel : robert.lazariuk@dfait-maeci.gc.ca

Direction des droits de douane et de l'accès aux marchés (EAT)
Tél. : (613) 992-2177
Téléc. : (613) 992-6002 ou (613) 944-4840

Société pour l'expansion des exportations
151, rue O'Connor
Ottawa (Ontario) K1A 1K3
Tél. : 1 800 850-9626 ou (613) 598-2500
Téléc. : (613) 598-6697
Internet : http://www.edc.ca

Agriculture et Agroalimentaire Canada

Personnes-ressources des bureaux régionaux du Service d'exportation agroalimentaire :

Al McIsaac
St. John's (Terre-Neuve)
Tél. : (709) 772-0330
Courriel : mcisaaca@em.agr.ca

Shelley Manning
Halifax (Nouvelle-Écosse)
Tél. : (902) 426-2137
Courriel : mannings@em.agr.ca

Bernard Mallet
Fredericton (Nouveau-Brunswick)
Tél. : (506) 452-3732
Courriel : malletb@em.agr.ca

Chris Pharo
Charlottetown (Île-du-Prince-Édouard)
Tél. : (902) 566-7310
Courriel : pharoc@em.agr.ca

Bernard Gravel
Montréal (Québec)
Tél. : (514) 283-3815 (ext.506)
Courriel : gravelb@em.agr.ca

Bill Robinson
Guelph (Ontario)
Tél. : (519) 837-5822
Courriel : robinsonb@em.agr.ca

Fay Abizadeh
Winnipeg (Manitoba)
Tél. : (204) 983-8622
Courriel : abizadehf@em.agr.ca

Roy Gordon
Regina (Saskatchewan)
Tél. : (306) 780-7134
Courriel : gordonr@em.agr.ca

Colin J. Campbell
Edmonton (Alberta)
Tél. : (780) 495-4186
Courriel : campbellc@em.agr.ca

Jim Hannah
New Westminster (Colombie-Britannique)
Tél. : (604) 666-779
Courriel : hannahj@em.agr.ca

Associations d'affaires et commerciales

Alliance des manufacturiers et exportateurs du Canada
75, boul. International, 4e étage
Toronto (Ontario) M9W 6L9
Tél. : (416) 798-8000 ou (613) 563-9218
Téléc. : (416) 798-8050
Courriel : national@the-alliance.com
Internet : http://www.the-alliance.com

Chambre de commerce du Canada en Hongrie
H-1061 Budapest, Andrassy ut 2. (II./5)
Tél. : 011-361-312-3551
Téléc. : 011-361-312-3556
Courriel : ccch@webreklam.hu

Canada-Czech Republic Chamber of Commerce (CCRC)
740, av. Spadina
Toronto (Ontario) M5S 2J2
Tél. : (416) 929-3432
Téléc. : (416) 925-1940
Courriel : trade@ccrcc.net
Internet : http://www.ccrcc.net/ccindex.html

Nota : Affiliée officiellement à la Czech North American Chamber of Commerce.

Canadian Slovenian Chamber of Commerce
725 Brown's Line
Toronto (Ontario) M8W 3V7
Tél. : (416) 251-8456

Czech North American Chamber of Commerce (CNACC)
Nota : Le siège des opérations nord-américaines est à Atlanta, Georgie

À Brno
Tranza a.s., Czech Technology Park
List Building, Technicka 23
616 00 Brno, République tchèque
Tél. : (420-5) 414 251 10
Courriel : cnaccbrno@tranza.cz

À Prague
Na Zlichove 21
152 00 Praha 5, République tchèque
Tél./Téléc. : (420-2) 541 298
Courriel : zikmunda@ceso.anet.cz

Hungarian-Canadian Chamber of Commerce
747, av. St. Clair Ouest
Toronto (Ontario) M6C 4A4
Tél. : (416) 657-0880

Gouvernement de la République tchèque

Ambassade la République tchèque
251, rue Cooper
Ottawa (Ontario) K2P 0G2
Tél. : (613) 562-3875
Téléc. : (613) 562-3878
Courriel : ottawa@embassy.mzv.cz

Consulat de la République tchèque - *Calgary*
2800, 801-6 Avenue South West
Calgary (Alb.) T2P 4A3
Tél. : (403) 267-8432
Téléc. : (403) 264-9400
Courriel : 1pesta@cadvision.com

Consulat de la République tchèque - *Montréal*
1305, av. des Pins Ouest
Montréal (Québec) H3G 1B2
Tél. : (514) 849-4495
Téléc. : (514) 849-4117
Courriel : montreal@embassy.mzv.cz

Section commerciale :
Tél. : (514) 844-5511
Téléc. : (514) 844-1894

Consulat de la République tchèque - *Vancouver*
1111, rue Georgia Ouest, bureau 2100
C.P. 48800
Vancouver (Colombie-Britannique) V7X 1K9
Tél. : (604) 661-7530
Téléc. : (604) 688-0829

Administration vétérinaire
Section étrangère
Tišnov 17
117 05 Praha 1, République tchèque
Tél. : (420-2) 2181-2570
Téléc. : (420-2) 2181-2974

Institut tchèque de l'inspection des produits agricoles et alimentaires
(Bureau d'inspection régional)
Jindicha Plachty 16
151 18 Praha - Smíchov, République tchèque
Personne-ressource : Jitka Fivebrová
Tél. : (420-2) 5732-1254
Téléc. : (420-2) 543-289
Internet : http://www.czpi.cz

Ministère de l'Agriculture de la République tchèque
Tišnov 17
117 05 Praha 1, République tchèque
Tél. : (02) 2181-1111
Téléc. : (02) 2481-0478
Internet : http://www.mze.cz

Ministère de l'Industrie et du Commerce
Section des relations étrangères
Politickych veznu 20
112 49 Praha 1, République tchèque
Tél. : (420-2) 2405-1111
Internet : http://www.mpo.cz

Gouvernement de la Hongrie

Ambassade de la République de Hongrie
299, rue Waverley
Ottawa (Ontario) K2P 0V9
Tél. : (613) 230-2717
Téléc. : (613) 230-7560
Internet : http://www.DocuWeb.ca/Hungary

Consulat général honoraire pour la Hongrie - *Calgary*
1359-69 Street South West, bureau 27
Calgary (Alb.) T3H 3W8
Tél. : (403) 252-4502 ou (403) 258-0052
Téléc. : (403) 262-8343

Consulat général de la Hongrie - *Montréal*
1200, av. McGill College, app. 2040
Montréal (Québec) H3B 4G7
Tél. : (514) 393-1048
Téléc. : (514) 393-8226

Consulat général de la Hongrie - *Toronto*
121, rue Bloor Est, bureau 1115
Toronto (Ontario) M4W 3M5
Tél. : (416) 923-8981/0878
Téléc. : (416) 923-2732

Section commerciale :
121, rue Bloor Est, bureau 1110
Toronto (Ontario) M4W 3M5
Tél. : (416) 923-3596
Téléc. : (416) 923-2097

Consulat général honoraire de la Hongrie *Vancouver*
1770 West 7th Avenue, bureau 305
Vancouver (Colombie-Britannique) V6J 4Y6
Tél. : (604) 730-7321/7332
Téléc. : (604) 730-7339

Vice-consul honoraire de la Hongrie - *Vancouver*
1039 Richards St., bureau 201
Vancouver (Colombie-Britannique)
Tél. : (604) 681-5936
Téléc. : (604) 681-5930

Bureau de la statistique de la Hongrie
H-1024 Budapest
II. Keleti Károly u.
Budapest, Hongrie

Adresse postale :
1525 Budapest Pf. 51.
Budapest, Hongrie
Tél. : (36-1) 345-6000
Téléc. : (36-1) 345-6378

Institut national de l'hygiène alimentaire et de la nutrition
Gyali ut 3/A
C.P. 52
H-1476 Budapest, Hongrie
Tél. : (361) 215-4130
Téléc. : (361) 215-1545

Ministère de l'Agriculture et du Développement régional
Kossuth Lajos ter 11
H-1055 Budapest, Hongrie

Service forestier national
H-1054 Budapest
Széchenyi u. 14.

Adresse postale :
H-1355 Budapest
Pf. 10
Personne-ressource : M. Péter Csóka, directeur général
Tél. : (361) 3743-203
Téléc. : (361) 3743-207

Gouvernement de la République slovaque

Ambassade de la République slovaque
50, Rideau Terrace
Ottawa (Ontario) K1M 2A1
Tél. : (613) 749-4442
Téléc. : 613) 749-4989
Courriel : slovakemb@sprint.ca

Section commerciale et économique:
Tél. : (613) 748-1773
Téléc. : (613) 748-0699
Courriel : slovaktrade@comnet.ca

Consulat de la République slovaque - *Calgary*
208, Scenic Glen Place Nord-Ouest
Calgary (Alberta) T3L 1K3
Tél. : (403) 239-3543

Consulat de la République slovaque - *Montréal*
36, rue Paddington, Dollard-Des-Ormeaux
Montréal (Québec) H9G 2S4
Tél. : (514) 626-9779
Téléc. : (514) 626-9779

Consulat de la République slovaque - *Toronto*
1280, av. Finch Ouest, bureau 407
Toronto (Ontario) M3J 3K6
Tél. : (416) 665-1499
Téléc. : (416) 665-7488

Consulat de la République slovaque - *Vancouver*
247, rue Abbot, 2e étage
Vancouver (Colombie-Britannique) V6B 2K7
Tél. : (604) 682-0991
Téléc. : (604) 904-0301
Courriel : lisiak@lightspeed.bc.ca

Consulat de la République slovaque - *Winnipeg*
99, rue Grace
Winnipeg (Manitoba) R3B 0E4
Tél. : (204) 947-1728
Téléc. : (204) 947-1728

Bureau des normes, de la métrologie et des essais
Štefanoviêova 3, C.P. 76
810 05 Bratislava, République slovaque
Tél. : (421-7) 5249-6847 ou (421-7) 52498 030
Téléc. : (421-7) 5249-1050
Internet : http://www.normoff.gov.sk/unms_uk/

Ministère de l'Agriculture
Dobrovicova 12
812 66 Bratislava
République slovaque
Tél. : (421-7) 5926-6111
Téléc. : (421-7) 5926-6294
Courriel : jenezova@mpsr.sanet.sk

Gouvernement de la Slovénie

Ambassade de la République de Slovénie
150, rue Metcalfe, bureau 2101
Ottawa (Ontario) K2P 1P1
Tél. : (613) 565-5781/5782
Téléc. : (613) 565-5783

Consulat de la Slovénie - *Moncton*
The Record House 93, rue Victoria
Moncton (Nouveau-Brunswick) E1C 1P6
Tél. : (506) 861-0300
Téléc. : (506) 857-8157

Consulat de la Slovénie - *Toronto*
4300 Village Centre Court
Toronto (Ontario) L4Z 1S2
Tél. : (905) 804-9310
Téléc. : (905) 804-9313

Consulat de la Slovénie - *Vancouver*
3758, ch. Quesnel
Vancouver (Colombie-Britannique) V6L 2W8
Tél. : (604) 733-0292

Personnes-ressources dans l'industrie : République tchèque

Chambre agraire tchèque
Stepanska 63
112 10 Prague 1
République tchèque
Tél. : (420-2) 2421-5946
Téléc. : (420-2) 2421-5944

GenSemex a.s.
Obrachtova 392
250 01 Brandys nad
Labem , République tchèque
Tél./Téléc. : (420) 202 812 842
Internet : gensemex@iol.cz

Menhardt International Livestock and Overseas Services Inc. (MILOS)
80, Krivel Crescent
Regina (Saskatchewan) S4R 5C6
Tél. : (306) 933-5345
Téléc. : (306) 545-5345

Importateurs et grossistes : République tchèque

Hopi (importateur, grossiste)
Prazska 673
431 51 klasterec nad Ohri, République tchèque
Tél. : (420-398) 375-723
Téléc. : (420-398) 375-095

Lekkerland O.K Foods (importateur, grossiste)
Mirova 489
289 22 Lysa nad Labem - Litol, République tchèque
Tél. : (420-325) 561-555
Téléc. : (420-325) 561-087

OK Trading (importateur, grossiste)
Za nadrazim 8
696 81 Bzenec, République tchèque
Tél. : (420-631) 384-226/7
Téléc. : (420-631) 384-193

Tesco Stores (aussi pour la République slovaque)
Narodni 26
113 89 Praha 1, République tchèque
Tél. : (420-2) 2200-3418
Téléc. : (420-2) 2422-9810

Personnes-ressources dans l'industrie : Hongrie

Gene-Pool Ltd. Co.
Mezöhegyesi Mg.
Kombinat
Kozma Ferenc u. 30
5820 Mezöhegyes, Hongrie
Tél. : (36-60) 484550
Téléc. : (36-68) 467931
Courriel : genbank@mail.datanet.hu
Internet : http://www.genbank.hu

FAGOSZ (Fédération nationale des forêts)
H-1012 Budapest
Kuny Domokos u. 13-15
Personne-ressource :
Miklós Möcsényi, secrétaire général
Tél. : (361) 355-6539 ou (361) 375-7658
Téléc. : (361) 202-6449,
Courriel : fagosz@dbassoc.hu
Internet : www.fagosz.hu

Personnes-ressources dans l'industrie : République slovaque

INSEMAS spol. sr. o.
(Station d'insémination)
Halicská cesta c. 28
984 80 Lucenec, République slovaque
Tél. : (421-855) 361 954
Téléc. : (421-855) 321 912
Courriel : insemas@zv.psg.sk
Internet : http://www.insemas.sk
(en slovaque seulement)

Chambre slovaque des produits agricoles et alimentaires
Krizna 52
821 08 Bratislava
République slovaque
Tél. : (421-7) 526-2656
Téléc. : (421-7) 542-1251

Importateurs et grossistes : République slovaque

Tesco Stores (aussi pour la République tchèque)
Narodni 26
113 89 Praha 1, République tchèque
Tél. : (420-2) 2200-3418
Téléc. : (420-2) 2422-9810

BIBLIOGRAPHIE

Documents imprimés

Access Czech Republic Business Bulletin. « Eight Breweries Control the Market », 29 février 2000.

------. « Pig Breeding Needs Extensive Technological Innovation » 5 avril 2000.

------. « Soare Fights With Bohemia », 2 mars 2000.

AgraFood East Europe. « Hopeful Signs for Pigmeat Industry as Prices Improve »,1er avril 2000.

------. « Pig meat Imports Set to Pressurise Domestic Market », 1er avril 2000.

BBC Worldwide Monitoring. « Dutch Brewery Increases its Stake in Slovak Beer Market », 17 décembre 1999.

Bouc, Frantiaek. « EU Tells Czechs, Slovaks to Break Economic Ties », *The Prague Post*, 31 mai 2000.

Business Eastern Europe. « Drinks and Brewing in Czech Republic », 29 mai 2000.

Czech News Agency. « Cheap Imported Wine Takes Up 11% of Czech Market », 15 octobre 1999.

------. « Consumption of Meat Grows Due to Increased Consumption of Poultry », 23 novembre 1999.

------.« Czech Rep's Poultry Meat Production to Grow 1.66% This Year », 27 septembre 1999.

------. « Czech Rep. Sees Steady Growth of Alcohol Consumption - Press », 5 octobre 1999.

------. « Czechs Deserting Pubs », 8 avril 2000.

------. « Heineken Announces Entry Into Gemer Brewery », 14 avril 2000.

------. « Households Spend Most on Food, housing, Transport », 6 septembre 1999.

------. « Independent Microbreweries Make Up One-fifth of Beer Production », 18 mai 2000.

------. « Ministry Expects Production of Beef to Drop 6.4% This Year », 26 août 1999.

------. « Numbers of Farm Animals Down Again, Except Horses, Poultry », 6 avril 2000.

------. « Production of Czech Gambrinus Beer in Slovakia to End Next Year », 23 décembre 1999.

------. « Slovak Beer Producers Want Lower Beer Import Quotas », 20 octobre 1999.

------. « Wine Consumption Rises by 1 Litre to 17 Litres Per Capita in 1999 », 9 mars 2000.

Datamonitor. *New Opportunities in pet Food 1999 - North America, Asia Pacific and Eastern Europe*, décembre 1998.

Deutsche Press-Agentur. « E.U. Agrees Farm Trade Liberalisation Moves With Applicants », 29 juin 2000.

De Telegraaf.« Heineken Expands in Slovak Republic », 17 décembre 1999.

Dow Jones International News. « Czechs Seek Protection of Beer Regions from WTO », 24 novembre 1999.

------. « EU, 9 CEEC Nations to Liberalize Ag Trade as of July 1 », 29 juin 2000.

------. « SA Breweries Czech Beer Buy Eases Acquisitions Pressure », 7 octobre 1999.

Ekonomicke Zpravodajstvi. « Kostelecke Uzeniny Will Invest 11 Mil USD During the Next Five Years », 9 mai 2000.

------. « The Largest Czech Poultry Fattening Plant is commissioned in Strelice-u-Znojma », 6 septembre 1999.

Euromonitor. *The Market for Alcoholic Drinks in Eastern Europe*, juin 1999.

The Guardian. « Small Beer Czech brewers Battle Foreign Giants », 8 décembre 1999.

Hospodarske Noviny. « Bilbo to Double Production of its Meat Products », 29 février 2000.

Hungarian News Agency. « 1999 Fruit Harvest Smallest of the Decade », 14 juin 2000.

------. « Agriculture Ministry Official discusses Development Plans », 13 mars 2000.

------. « Hungary Can Export 34.9m Litres of Wine to EU », 22 mars 2000.

------. « Hungary's EU Ag Quota Proposals Set », 9 mars 2000.

Organisation de coopération et de développement économiques. *Slovak Republic: Agricultural Trade Policy Reform*, 26 novembre 1999.

Pravo. « Fight for Sparkling Wine Market Transfers Across to the Czech Republic », 6 mars 2000.

The Slovak Spectator. « Capacity of Slovak Breweries Used at 65% in 1999 », 6 mars 2000.

United States Department of Agriculture (USDA). *Hungary: Exporter Guide*, 16 décembre 1999.

------. *Slovenia: Agricultural Situation: Situation and Outlook*, 27 octobre 1999.

------. *Slovenia: Food and Agricultural Import Regulations and Standards*, 8 juin 1999.

------. *Slovenia: Trade Policy Monitoring: European Union Accession Progress*, 25 janvier 2000.

World News Connection. « Slovak Brewers Seek Protection Against Heineken Dominance », 18 janvier 2000.

------. « Two Largest Czech Breweries Sold Abroad for $629 Million », 8 octobre 1999.

Documents électroniques

Mission du Canada auprès de l'Union européenne, Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international. *Guide des prescriptions réglementaires de l'Union européenne applicables aux exportations agroalimentaires canadiennes*, octobre 1999. Téléchargé de http://atn-riae.agr.ca/public/htmldocs/f2878.htm le 23 juin 2000.

Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international. *Agricultural Products in the Czech Republic*, 31 mars 1998. Téléchargé de http://www.dfait-maeci.gc.ca/prague/trade/agri/agri01.htmle 8 juin 2000.

Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international. *Grocery Products in the Czech Republic*, 31 mars 1998. Téléchargé de http://www.dfait-maeci.gc.ca/prague/trade/groc/groc01.htm le 8 juin 2000.

The Dialog Corporation. *TradStat*. Téléchargé de http://www.tradstatweb.com juin et juillet 2000.

Tradeport. « Czech Republic: Trade Regulations and Standards », 6 mai 1999. Téléchargé de http://tradeport.org/ts/countries/czechrep/regs.htm le 31 mai 2000.

AUTRES DOCUMENTS DE RÉFÉRENCE

Documents imprimés

Czech Republic: Agricultural Situation: Czech Brewery Mergers, United States Department of Agriculture (USDA), 4 avril 1999.

Czech Republic: Agricultural Situation: The State of Agriculture Ten Years After 1989, USDA, 16 juin 1999.

Czech Republic: Agricultural Trade policy Reform, Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE), 19 novembre 1999.

Czech Republic: Exporter Guide, USDA, 15 novembre 1999.

Czech Republic: Livestock Situation and Outlook - Revised, USDA, 30 septembre 1999.

Czech Republic: Trade Policy Monitoring: Status of EU Accession, USDA, 22 mars 2000.

Foreign Direct Investment in the Agro-Food Sector in Transition Economies, OCDE, 2 mars 1998.

Hungary: Trade Policy Monitoring: EU Accession Update, USDA, 10 avril 2000.

Impediments to Efficiency in the Agro-Food Chain in Bulgaria, Romania, and Slovenia, OCDE, 30 octobre 1998.

Slovakia: Agricultural Situation: Agricultural Situation Report for Slovakia - 1999, USDA, 13 octobre 1999.

Slovakia: Agricultural Situation: Ag Trade Friction Between Slovakia and the Czech Republic, USDA, 4 avril 1999.

Slovakia: Agricultural Situation: Czech Republic and Slovakia Making Progress in Trade Talks, USDA, 27 juillet 1999.

Slovenia: Exporting to Certain Retail Chains, USDA, 13 octobre 1999.

Slovenia: Retail Food Sector Report, USDA, 9 mai 2000.

Documents électroniques

Profil du secteur agroalimentaire - Hungary, avril 1999 : http://sea.agr.ca/public/htmldocs/f2536.htm

Guide destiné aux exportateurs canadiens sur les exigences de l'Union européenne relatives à l'étiquetage et à l'emballage des aliments, Mission du Canada auprès de l'Union européenne, mars 2000 : http://sea.agr.ca/public/htmldocs/f1429.htm

Guide des prescriptions réglementaires de l'Union européenne applicables aux exportations agroalimentaires canadiennes, Mission du Canada auprès de l'Union européenne, Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international, octobre 1999 : http:/sea.agr.ca/public/htmldocs/f2878.htm

Sites Internet utiles

Agriculture et Agroalimentaire Canada : http://www.agr.ca

Service d'exportation agroalimentaire : http://sea.agr.ca

Business Information Services for Newly Independent States : http://www.bisnis.doc.gov

Centres de services aux entreprises du Canada : http://www.cbsc.org

Central and Eastern Europe Business Information Center (CEEBICnet) : http://www.mac.doc.gov/eebic/marketr.htm

Institut tchèque d'inspection des produits agricoles et alimentaires : http://www.czpi.cz/en/index-en.html

Bureau tchèque de la statistique : http://www.czso.cz/eng/angl.htm

Données sur les lois, règlements et procédures nationaux relatifs aux marchés publics : http://www.wto.org/wto/govt/natlegs.htm

Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international : http://www.dfait-maeci.gc.ca

Société pour l'expansion des exportations : http://www.edc.ca

ExportSource : http://exportsource.gc.ca

Élargissement de l'UE : http://www.europa.eu.int/comm/enlargement

Banque européenne pour la reconstruction et le développement, Profils d'investissement dans les pays : http://www.ebrd.com/english/Public/body.htm

Global Infrastructure Projects Database, US International Trade Administration : http://www.foreign-trade.com/usita.HTM

Gouvernements sur le WWW - République tchèque : http://www.gksoft.com/govt/en/cz.html

Gouvernements sur le WWW - Hongrie : http://www.gksoft.com/govt/en/hu.html

Gouvernements sur le WWW - République slovaque : http://www.gksoft.com/govt/en/sk.html

Gouvernements sur le WWW - Slovénie : http://www.gksoft.com/govt/en/si.html

Bureau central de la statistique de la Hongrie : http://www.ksh.hu/eng/homeng.html

InfoExport : http://www.infoexport.gc.ca

Base de données sur les obstacles sectoriels et commerciaux à l'accès aux marchés : http://mkaccdb.eu.int/mkdb/mkdb.pl

Ministère de l'Industrie et du Commerce de la République tchèque : http://wwwold.mpo.cz/english/mpo_uk.htm

Russian and Eastern European Information Center : http://reenic.utexas.edu/reenic.html

Slovenian Economic Mirror : http://www.sigov.si/zmar/apublici.html

Bureau de la statistique de la République slovaque : http://www.statistics.sk/webdata/english/index2_a.htm

Strategis : http://strategis.ic.gc.ca

Tenders Electronic Daily (Service d'appels d'offres électronique de l'UE) : http://ted.eur-op.eu.int/ojs/html/index2.htm

Tradeport : http://www.tradeport.org

Trade Show Central : http://www.tscentral.com

U.S. Department of Agriculture - Foreign Agricultural Service : http://www.fas.usda.gov

Institut des études économiques internationales de Vienne : http://www.wiiw.ac.at/index.html

Banque mondiale : http://www.worldbank.org

Site de la bibliothèque virtuelle du World Wide Web (WWW VL) sur la Russie et l'Europe de l'Est : http://www.ucis.pitt.edu/reesweb/rstest.html

Barèmes tarifaires de l'OMC : http://www.fas.usda.gov/scriptsw/wtopdf/wtopdf_lout.idc

Sites de pays :

République tchèque

http://www.ctknews.com
Czech Happenings, maintenu par la Czech News Agency. Journal en ligne en anglais renfermant des nouvelles, des comptes rendus sur les affaires, des renseignements touristiques et des leçons de langue. Il y a aussi une section sur la République slovaque.

http://www.cnb.cz/en/index.html
Banque tchèque nationale avec indicateurs monétaires mensuels, énoncés des politiques de la banque, archives nombreuses, procès-verbaux et réunions du conseil et autres renseignements.

http://www.czso.cz
Bureau tchèque de la statistique; renseignements statistiques en tchèque, en allemand, en anglais et en français. L'annuaire statistique de la République tchèque our 1999 est disponible en ligne.

http://www.tpo.cz
CzechTrade, maintenu par la Czech Trade Promotion Agency du ministère de l'Industrie et du Commerce. Consultable en tchèque, allemand, anglais et français.

http://www.czech.cz/washington/ekon/ekon_us/ekon_us.htm
Economic and Commercial Office, ambassade de la République tchèque à Washington; renseignements exacts et actuels sur la situation économique en République tchèque. Inclut des répertoires d'entreprises, des guides d'affaires et des guides de foires commerciales.

http://www.mpo.cz/1250reader
(Page d'accueil en anglais)
Ministère de l'Industrie et du Commerce de la République tchèque; inclut des sections sur l'énergie, le bâtiment et l'industrie.

http://wwwold.mpo.cz/english/p/panorame.htm
Panorama of the Czech Industry, maintenu par le ministère de l'Industrie et du Commerce de la République tchèque; inclut des descriptions des secteurs industriels tchèques.

http://www.pbj.cz
Prague Business Journal, maintenu par New World Publishing Inc. Revue des affaires en ligne en anglais portant sur la République tchèque et présentée comme « guichet unique » de renseignements sur les affaires.

Hongrie

http://www.bbj.hu
Budapest Business Journal, maintenu par New World Publishing Inc., principale publication en ligne en anglais sur les affaires en Hongrie. Journal associé du *Prague Business Journal.*

http://www.businessweb.hu
BusinessWeb Hungary, maintenu par IMS Interactive Marketing Services Ltd. Renseignements d'affaires actuels sur la Hongrie; le site inclut MacroLine, une base de données d'indicateurs économiques. L'inscription est obligatoire mais gratuite.

http://www.ksh.hu/eng/homeng.html (Version anglaise)
Bureau central de la statistique de Hongrie. Renseignements et publications statistiques sur la Hongrie, y compris *Hungary in Figures*.

http://www.itd.hu/english
Agence de développement de l'investissement et du commerce de la Hongrie du ministère de l'Industrie, du Commerce et du Tourisme. Pages d'accueil en anglais, en hongrois et en chinois. Inclut des renseignements dont ont besoin les sociétés désireuses de faire des affaires en Hongrie (écrit par Arthur Andersen).

http://gm2.interware.hu/english (Version anglaise)
Ministère des Affaires économiques. Renseignements économiques et sur le développement, comprenant des profils de l'industrie. Voir notamment *Investor's Handbook* (sous Publications).

http://www.mnb.hu/index-a.htm
Banque nationale de Hongrie. Renseignements financiers sur la Hongrie. Voir la section des publications et des liens.

République slovaque

http://www.fpzo.sk/indexNNuk.html
Fonds de soutien au commerce international. Renseignements sur les sociétés slovaques et les foires commerciales et renseignements économiques sur la République slovaque.

http://www.investinslovakia.com/fslovakia.html
Invest in Slovakia, maintenu par SNAZIR (Agence slovaque d'investissement étranger), une filiale du Fonds slovaque de la propriété nationale. Renseignements sur les possibilités d'investissement et la vie en République slovaque.

http://www.nbs.sk/INDEXA.HTM (Version anglaise)
Banque nationale de Slovaquie. Renseignements économiques et financiers sur la Slovaquie, y compris des indicateurs macroéconomiques et une description du secteur bancaire du pays.

http://www.statistics.sk/webdata/english/index2_a.htm (Version anglaise)
Bureau de la statistique de la République slovaque. Liens à des indicateurs économiques et des publications sur les activités industrielles internes.

http://www.government.gov.sk/en_Welcome.shtml (Version anglaise)
Bureau du gouvernement de la République slovaque. Liens menant aux ministères slovaques.

http://www.economy.gov.sk/angl/angl.htm
Ministère de l'Économie. Renseignements sur la République slovaque à l'intention des sociétés qui s'intéressent à des débouchés d'affaires, notamment sur la stratégie de développement industriel du pays au XXIe siècle.

http://slovakia.net
Slovakia Net est un répertoire de sociétés slovaques consultables par société et (ou) service.

Slovénie

http://www.gzs.si/eng/index.htm
Chambre de commerce et de l'industrie de la Slovénie. Site visant à promouvoir les occasions d'affaires et les activés en Slovénie. Renseignements sur le milieu des affaires ainsi que sur les occasions et Personne-ressources.

http://www.gzs.si/eng/news/sbw/default.htm
Slovenian Business Week. Hebdomadaire des affaires en ligne en anglais de la Chambre de commerce et de l'industrie de la Slovénie.

http://www.bsi.si/html/eng/index.html
Banque de Slovénie. Renseignements économiques et financiers sur la Slovénie.

http://www.sigov.si/cvi-mi-a.html
Institutions de la Slovénie sur le Web. Liens menant aux ministères, portefeuilles et organismes sur Internet.

http://www.sigov.si/zrs/eng/index.html (Version anglaise)
Bureau statistique de la République de Slovénie. Renseignements statistiques sur la Slovénie, y compris *Slovenia in Figures '99*.

http://www.investslovenia.org
Bureau de la promotion du commerce et de l'investissement, organisme du gouvernement fédéral ayant pour mission d'attirer des investissements étrangers en Slovénie. Liens menant à des renseignements sur la fiscalité, le cadre juridique, les coûts de production/fabrication et les voyages. Comprend le *Investors' Guide*.

http://www.tradepoint.si
Trade Point Slovenia. Fait partie des Centres de développement du commerce de la CNUCED. Sa mission est de faciliter le commerce électronique, l'investissement et le commerce entre la Slovénie et le reste du monde.

ANNEXE A : TABLEAUX DE CONVERSION DES DEVISES

Tableau 2. Taux de conversion du dollar canadien, du koruna tchèque et du dollar américain (basés sur les taux annuels moyens)

Devises	1994	1995	1996	1997	1998	1999
Dollar canadien à koruna tchèque	21,063	19,3074	19,8954	22,9005	21,7839	23,3254
Koruna tchèque à dollar canadien	0,048	0,0518	0,0503	0,0439	0,0463	0,043
Dollar canadien à dollar américain	0,7322	0,7289	0,7334	0,7224	0,6747	0,6732
Dollar US à dollar canadien	1,3661	1,3724	1,3635	1,3846	1,4837	1,4857
Dollar US à koruna tchèque	28,762	26,4938	27,1266	31,7271	32,2294	34,637
Koruna tchèque à dollar américain	0,035	0,0378	0,0369	0,0317	0,0311	0,0289

Source : IDD Information Services, *Tradeline*, janvier-juin 2000.

Tableau 3. Taux de conversion du dollar canadien, du forint hongrois et du dollar américain (basés sur les taux annuels moyens)

Devises	1994	1995	1996	1997	1998	1999
Dollar canadien au forint hongrois	76,8089	90,3872	109,559	134,891	144,598	159,938
Forint hongrois au dollar canadien	0,013	0,0111	0,009	0,007	0,007	0,006
Dollar canadien au dollar américain	0,7322	0,7289	0,7334	0,7224	0,6747	0,6732
Dollar américain au dollar canadien	1,3661	1,3724	1,3635	1,3846	1,4837	1,4857
Dollar américain au forint hongrois	104,912	123,913	149,359	186,855	214,428	237,489
Forint hongrois au dollar américain	0,013	0,0111	0,009	0,007	0,007	0,006

Source : IDD Information Services, *Tradeline*, janvier-juin 2000.

Tableau 4. Taux de conversion des devises du dollar canadien, du koruna slovaque et du dollar américain (basés sur les taux annuels moyens)

Devises	1994	1995	1996	1997	1998	1999
Dollar canadien au koruna slovaque	S.O.	21,6876	22,4534	24,2584	23,7897	27,9172
Koruna slovaque au dollar canadien	S.O.	0,0462	0,0446	0,0412	0,0421	0,0359
Dollar canadien au dollar américain	0,7322	0,7289	0,7334	0,7224	0,6747	0,6732
Dollar américain au dollar canadien	1,3661	1,3724	1,3635	1,3846	1,4837	14857
Dollar américain au koruna slovaque	S.O.	29,7137	30,6131	33,5875	35,2702	41,4514
Koruna slovaque au dollar américain	S.O.	0,0337	0,0327	0,0298	0,0284	0,0242

Source : IDD Information Services, *Tradeline*, janvier-juin 2000.

Tableau 5. Taux de conversion du dollar canadien, du tolar slovène et du dollar US (basés sur les taux annuels moyens)

Devises	1994	1995	1996	1997	1998	1999
Dollar canadien au tolar slovène	S.O.	86,8518	98,9203	115,109	112,222	123,142
Tolar slovène au dollar canadien	S.O.	0,0116	0,0101	0,009	0,009	0,008
Dollar canadien au dollar américain	0,7322	0,7289	0,7334	0,7224	0,6747	0,6732
Dollar américain au dollar canadien	1,3661	1,3724	1,3635	1,3846	1,4837	1,4857
Dollar américain au tolar slovène	S.O.	118,974	134,867	159,422	166,194	182,828
Tolar slovene au dollar américain	S.O.	0,008	0,007	0,006	0,006	0,006

Source : IDD Information Services, *Tradeline*, janvier-juin 2000.

APPRÉCIATION DU LECTEUR

Veuillez aider le Centre des études de marché d'Équipe Canada à produire des rapports qui répondent à vos besoins en remplissant le formulaire d'évaluation ci-joint et en nous le retournant par télécopieur, au (613) 943-1103. Merci de votre précieuse collaboration.

1. Comment avez-vous obtenu un exemplaire de ce rapport de marché?

☐ FaxLink de l'InfoCentre ☐ Site www du gouvernement
☐ Service de rens. de l'InfoCentre ☐ Babillard électronique de l'InfoCentre
☐ Bureau régional du gouvernement ☐ Autre : ____________________

2. Comment décririez-vous le présent rapport de marché?

	Tout à fait d'accord	D'accord	Pas d'opinion	Pas d'accord	Pas du tout d'accord
Utile	☐	☐	☐	☐	☐
Complet	☐	☐	☐	☐	☐
Bien présenté	☐	☐	☐	☐	☐
Bien rédigé	☐	☐	☐	☐	☐
Longuer idéale	☐	☐	☐	☐	☐

3. Sous quelle forme préférez-vous recevoir ces rapports?

☐ Imprimé ☐ Version électronique

4. En se fondant sur les renseignements contenus dans le présent rapport, quelles mesures particulières votre entreprise prévoit-elle de prendre en ce qui concerne ce marché? Cochez toutes les rubriques qui s'appliquent.

☐ Chercher un agent/distributeur ☐ Contacter un bureau commercial du Canada à l'étranger

☐ Visiter le marché ☐ Participer à un salon commercial à l'étranger

☐ Faire plus de recherche ☐ Rien

☐ Autre : ____________________

5. Quels autres rapports de marché seraient utiles à votre entreprise? Veuillez énumérer les produits et les pays sur lesquels vous aimeriez qu'ils portent.

____

____

6. Laquelle des catégories suivantes décrit le mieux votre organisation? Cochez une case seulement

☐ Fabrication/transformation ☐ Gouvernement

☐ Maison de commerce Étudiant/université☐

☐ Export service provider ☐ Consultant

☐ Association industrielle/commerciale ☐ Autre : ____________________

7. Quel était le chiffre d'affaires de votre organisation l'an dernier, en dollars canadiens?

☐ Moins de 10 millions ☐ De 10 millions à 50 millions

☐ Plus de 50 millions ☐ Sans objet

Autres commentaires/suggestions :

____

____

____

FACULTATIF — Nom de votre organisation : ____________________

---

1. Les statistiques commerciales provenant de TradStat sont issues d'une base de données sur les statistiques commerciales de 25 pays. Ceux-ci n'incluent pas les pays d'Europe centrale et de l'Est (ECE), de sorte que, sauf indication contraire, les statistiques incluses dans ce rapport ne traduisent pas le commerce dans les pays de l'ECE. L'absence de statistiques sur le commerce entre ces pays influe donc énormément sur les niveaux d'échanges des pays concurrents présentés.

2. Sauf indication contraire, toutes les valeurs monétaires sont en dollars canadiens. Le taux de conversion au dollar canadien est basé sur les données de IDD Information Services, Tradeline, juillet 2000. On trouvera à l'annexe A les taux de conversion

des devises.

3. Un hectolitre = 100 litres. En Europe, les gros volumes de boisson sont ordinairement indiqués en hectolitres (hL).

4. Le total n'inclut pas les chiffres pour la volaille, ce qui influe sur la situation présentée pour la « production de viande ».

5. Pour avoir de l'information sur les contacts avec les organismes mentionnés dans le présent rapport, voir la section intitulée **Principaux contacts et services de soutien**.

6. Veuillez communiquer avec l'ambassade ou les consulats du Canada en République tchèque ou en Hongrie pour obtenir des renseignements supplémentaires sur les renseignements relatifs aux marchés publics.

Date de publication: 2000-09-01
© Sa Majesté la Reine du Chef du Canada, 1998